

Maloobchod: development i investoři ožívají



Author: SF / Petr Bým | Published: 19.05.2011

Nákupní centra se i během hospodářského útlumu osvědčila jako ekonomicky pružné instituce, umožňující bezpečné zhodnocení investic. Odráží se to na rostoucí popularitě tohoto segmentu mezi investory - díky tomu ovšem podle DTZ v nejbližší době trh očekává pokles výnosů (yieldů). Co se výstavby týká, východní a střední Evropu díky lepším se hospodářským výhledům, zvyšujícímu se maloobchodnímu obratu i spotřebitelské poptávce a omezené nabídce ploch podle DTZ očekává zahájení výstavby řady nových obchodních center. „Budeme-li hovořit o České republice, v porovnání se Švédskem nebo Nizozemskem je u nás zhruba poloviční objem retailových ploch, ale jsme přibližně na evropském průměru v přepočtu na 1 000 obyvatel,“ říká Lenka Šindelářová, analytička DTZ. Zatímco letos v Česku nezahájí provoz žádné nové obchodní centrum, napřesrok se očekává otevření hned několika, ačkoliv budou stále převažovat extenze stávajících center či výstavba retail parků. Největším projektem pro rok 2012 bude OC Forum Ostrava s plochou 57 000 metrů čtverečních.

Na Východě rozkvět, na Západě útlum

Podle odhadů DTZ budou do konce roku 2012 v Evropě otevřena obchodní centra se souhrnnou plochou 13 milionů čtverečních metrů. To je téměř čtyřnásobek 3,5 mil. metrů postavených v Evropě za celý rok 2010. Nová výstavba přitom bude soustředěna právě v regionu východní Evropy, a to především v Rusku a Turecku - v těchto zemích vzroste stávající plocha nákupních center až o 30 %.

Zcela jiné perspektivy má retail v západní Evropě - oproti východní části kontinentu se tady výstavba nových obchodních center v letech 2011 a 2012 takřka zastaví. Řada západoevropských zemí, včetně Švédska, Irska a Nizozemska vykazuje relativní nadbytek prostor; jiné, včetně Velké Británie, Francie a Itálie, mají blízko k evropskému průměru. Spojené království, Francie a Německo dokonce mají společně 50% podíl na celkovém počtu OC v celé Evropě.

V celé Evropě se ke konci roku 2010 nacházelo kolem 6 500 nákupních center, které dohromady představují prodejní plochu 120 milionů metrů čtverečních. Více než 90 % z nich je lokalizováno v západní Evropě, pouhých 10 % v celé střední a východní Evropě.

Česko: rostoucí poptávka

V Praze došlo od začátku roku 2011 k výraznému zvýšení poptávky po maloobchodních jednotkách. Poptávka se přitom podle analýzy firmy Jones Lang LaSalle soustředí převážně na nejlepší nákupní centra a

na hlavní obchodní ulice. Ovšem třeba právě v hlavním městě poskytuje ulice Na Příkopě omezený prostor a značky se tak poohlížejí i po místě v přilehlých oblastech, hlavně ve spodní části Václavského náměstí. Slovenský módní řetězec GATE otevřel svůj vlajkový obchod v budově Darex, do Paláce Koruna se podařilo zajistit novou značku na trhu, Desigual. Na protilehlé straně náměstí jsou rekonstruovány nové prostory a vylepšují tak kvalitu nabídky: nové jednotky otevřel například Blažek, v Paláci Astra probíhá rekonstrukce pro bankovní pobočku. Ulice 28. října, která je přirozeným prodloužením ulice Na Příkopě, rovněž prochází změnami. Ehlenův dům je v rekonstrukci a Apple zde nedávno otevřel nový obchod. Přitom mimo Prahu je situace obdobná a obchodníci se soustředí na tradiční obchodní ulice.

Přes vyšší poptávku, která se příliš nerýmuje se slabší nabídkou, nájemné za jednotky v nejlepších pražských obchodních centrech zůstalo nezměněné, a to na úrovni 95 euro za metr a měsíc. Ostatní dobře fungující centra účtují nájmy v rozmezí 65-75 eur. Méně prosperující OC ale mohou požadovat nájemné až o 30 % nižší.

Podle analytiků společnosti Jones Lang LaSalle pro development „retailu“ v nejbližší době bude charakteristická snaha o odlišení různých formátů maloobchodních jednotek. Za zmínku stojí skutečnost, že už i do tuzemského retailového developmentu dorazila užitečná móda ekologických certifikací. Unibail-Rodamco další etapu výstavby největšího a nejstaršího OC v Česku - Centra Černý Most - realizuje s certifikátem BREEAM Excellent.

Čekání na značky

Společnost CB Richard Ellis už několik let sleduje plány světových maloobchodních značek. Z letošního reportu vyplývá, že řada z nich stále hodlá expandovat - nabízí se samozřejmě hlavně „nová“ teritoria jako je právě například střední Evropa. Ani po dvaceti letech v tomto regionu nezakotvily všechny renomované značky. V seznamu zemí s největším počtem (výskytem) sledovaných 323 značek je Česká republika na 18. místě s „přítomností“ 34 % mezinárodních značek (rekordmanem je v tomto směru Británie, jejíž trh přitáhl 58 % značek zahrnutých do výzkumu). V tomto porovnání měst pak Praha obsadila 25. místo žebříčku s 33,2 % přítomných značek a Brno 95. místo s 21,1 %.

Prostor pro rozvoj maloobchodní sítě je patrný i z těchto čísel. „V České republice stále vidíme potenciál pro příchod nových značek. Na trhu doposud chybí velké množství mezinárodních retailerů zastoupených již v okolních zemích. Proto očekáváme, že se tyto značky dříve či později objeví i na českém trhu a to zejména na hlavních nákupních třídách či v dobře fungujících nákupních centrech ve velkých městech, kde je silnější kupní síla obyvatelstva,“ říká Jana Novotná z CBRE.

Lepší se perspektivy maloobchodního segmentu komerčního trhu potvrzují i poslední údaje o směrech toku investic. Podle nedávné zprávy JLLS globální podíl investic do sektoru obchodních center představoval v prvním čtvrtletí tohoto roku téměř jednu třetinu všech realitních investic - ve stejném období loni to byla jen jedna čtvrtina. Naproti tomu podíl kancelářského sektoru na investičních aktivitách ve stejných časových relacích klesl z 50 na 45 %.

Foto: Stella Levi

Vizualizace: Unibail-Rodamco (Centrum Černý Most)

19.05.2011 09:38, SF / Petr Bým