Luxus hledá v Praze nové lokality

Author: SF/pb | Published: 27.05.2016

„Řada firem preferuje koncept otevření první prodejny na lukrativním místě. A až následně, po zavedení značky na daném trhu, je možné otevírat další prodejny v méně zajímavých lokalitách s tím, že zákazník již značku zná a bude ochoten si nejbližší prodejnu najít a přijet tam," říká Tomáš Beránek z CBRE.

Expanze do přilehlého okolí

Kapacita nejznámější obchodní ulice v Praze, kterou je Pařížská ulice, je ovšem již zcela přeplněná. Z důvodu uspokojení požadavků klientů dochází k rozšiřování „luxusní" zóny do nejbližšího okolí. Například v blízké Široké ulici nedávno otevřela svou prodejnu hodinářská firma Hublot či prodejce šperků Boucheron. V Havířské ulici zase můžete nyní zakoupit luxusní doplňky značky Cerutti.

Stejný trend je patrný i u prodejních zón, zaměřených spíše na střední a nižší segmenty kvality, respektive značek, zahrnující ulici Na Poříčí, Václavském náměstí a Revoluční ulici. Jejich plochy či kapacity následně zvětšují ulice Národní, Jindřišská a Vodičkova. V opačném směru je to zase ulice V Celnici, kde je možné navštívit například prodejnu iStyle, HTC, Topshop nebo Dormeo a řadu gastroprovozů. Přitom se pochopitelně jedná o ty části zmíněných ulic, jež jsou přilehlé k zavedeným obchodním zónám.

Alternativu pro „high street" mohou představovat také obchodní centra. Typickým příkladem je Palladium, které se nachází ve frekventované turistické oblasti. Nové značky tak získají velmi dobře dostupné a etablované prodejní místo. Podobně se v širším centru etabloval Slovanský dům coby multifunkční prostor, který vsadil jednak na luxusní značky, jednak na špičkovou gastronomii, to vše v celkově poklidné atmosféře, která kontrastuje s venkovním ruchem a kterou návštěvníci oceňují. Budova nabízí také kvalitní kancelářské prostory, kde už našly sídlo společnosti jako Panattoni Europe, Emirates, Ipsos či advokátní kancelář bnt attorneys-at-law.

Centrum se zvětšuje

Retailově nevyprofilované stále zůstávají stěžejní turistické zóny, jako je ulice Celetná, Rytířská nebo Karlova, kde se denně pohybuje velké masa návštěvníků – zatím jsou pro tyto lokality charakteristické (a často kritizované kvůli svému sortimentu) obchody se suvenýry a různé gastroprovozy. Cestu už sem

nicméně našly i některé globální značky jako Replay nebo Lui Jo.

Dnes víceméně „přeplněné“ atraktivní obchodní lokality Prahy ale mohou za nějaký čas dostat výraznou posilu. Nedávno byl široce prezentován projekt nové čtvrti v okolí Masarykova nádraží, který počítá s novou zástavbou až na místě dnešního autobusového nádraží Florenc. Pražské centrum by se díky tomu přes náměstí Republiky s už zmíněným Palladiem mohlo rozšířit kolem Masarykova nádraží až do Karlína. Počítá se také s přemostěním kolejiště Masarykova nádraží, což by přineslo spojení s Hlavním nádražím a také Žižkovem – z hlediska obchodu to znamená další desetitisíce potenciálních zákazníků. Na to si ovšem obchodníci ještě pár let musí počkat. Možná o něco déle než na „trh“ vstoupí budova někdejšího kláštera U hybernů na náměstí Republiky. Tu nedávno za 790 milionů korun získal v dražbě slovenský podnikatel Fiľo. Jaké má ovšem nový majitel s tímto unikátním objektem záměry, je zatím nejasné.

Foto: Stella Levi

27.05.2016 08:44, SF/pb