

Nákupní centra: trh vyčkává?!



Author: SF / Petr Bým | Published: 19.05.2009

Podle společnosti CB Richard Ellis měla tři nová nákupní centra celkovou výměru 54 500 metrů čtverečních. Shodou okolností se všechna nacházejí v Libereckém kraji - jde o liberecké Forum a Plazu, v Jablonci pak zahajoval komplex Rýnovka. Liberec u nás ostatně vykazuje nejvyšší koncentraci nových nákupních center: na 1 000 obyvatel jich tady připadá 1 112 metrů, v Plzni 850 a v Praze 729 metrů čtverečních.

Nijak oslnivý letošní přírůstek nových maloobchodních prostor v ČR ovšem podle prognóz téže společnosti byl ještě docela vysoký: v dalším průběhu roku už jich údajně má přibýt pouze 56 000 metrů. Tedy zhruba tolik, kolik za první čtvrtletí - to kontrastuje jak s velkým objemem nákupních center dokončených v minulých dvou letech, tak i s desetiletým průměrným rozšiřováním „retailu“, který u nás činil 164 000 metrů čtverečních. Tento vývoj je nicméně ve shodě s trendem, který se prosazuje v celé Evropě.

Limitovaný zájem investorů i developerů

Investice do maloobchodních nemovitostí v Evropě za první čtvrtletí výrazně poklesly. Jejich hodnota činila 980 milionů eur, což představuje 37% propad oproti předchozímu kvartálu (1,5 miliard eur). Poukazuje na to nejnovější průzkum firmy Jones Lang LaSalle. Jeremy Eddy z této společnosti to komentuje následovně: „Investoři v kontinentální Evropě nadále zaujímají vyčkávající postoj s tím, že se ceny za první čtvrtletí roku 2009 na mnoha trzích propadly. Dražší a méně dostupné financování zároveň nadále omezuje likviditu na trhu, obzvláště pak pro velké transakce. Poptávka po nejlepších nemovitostech v těch nejlepších lokalitách ale stále existuje a nízká míra neobsazenosti mnoha špičkových projektů dokáže zajistit bezpečný a dlouhodobý příjem, který investoři vyhledávají.“

V Česku a celém středoevropském regionu, které jsou přece jenom méně atraktivní než tradiční realitní trhy západní Evropy, je situace z tohoto hlediska ještě horší. „Investoři v regionu velice opatrně zvažují investiční příležitosti a jsou velmi vybíraví. Jen ty nejkvalitnější a dominantní nákupní centra se mohou stát předmětem prodeje, avšak za nižší cenu než v minulosti. Méně kvalitní a hůře umístěná střediska jsou v hledáčku spíše oportunistických investorů, ovšem za předpokladu ještě větší flexibility v ceně. Možnost převzetí současného úvěru k nemovitosti od prodávajícího je významným elementem v rozhodování kupujících, zda se danou investiční příležitostí vůbec zabývat.“ komentuje vývoj v této oblasti George Lewis z české pobočky Jones Lang LaSalle.

Těmto postojům investorů také odpovídá pohyb cen. V postkomunistických zemích se podle analýzy jiné poradenské společnosti (CB Richard Ellis) v minulém čtvrtletí cena nákupních center v zásadě snižovala,

někde dosti razantně. Tak například v Rumunsku „mezikvartální“ pokles činil 29 %, v Polsku 21 % a na Ukrajině 13 %. Jen minimální propad ovšem zaznamenalo Česko, resp. Praha (4 %) a zcela jiné poměry panují v Rusku. Tady naopak investoři ceny vyhnali na úroveň o 13 % vyšší než byly v posledním čtvrtletí minulého roku.

Vývoji poměrů na investičním trhu odpovídá i intenzita výstavby. Z výsledků studie European Shopping Centre Development společností Cushman & Wakefield vyplývá, že výstavba až 7 milionů metrů čtverečních z plánovaných nových nákupních center v Evropě je v důsledku celosvětové finanční krize pozastavena nebo úplně zrušena. V roce 2009 by tak napříč celou Evropou mělo být do provozu uvedeno jen přibližně 10 milionů metrů čtverečních nových nákupních center, což je o 40 % méně než se předpokládalo ještě v červenci loňského roku.

DTZ: jiný pohled

Jakkoli se citované průzkumy víceméně shodují ve spíše negativním hodnocení situace, někteří prognostici ji vidí přinejmenším částečně v jiném světle. Tak poradenská firma DTZ nedávno zveřejnila vlastní odhad vývoje, který podává zcela jiný obraz obchodního segmentu. Podle DTZ naopak výsledky za 1. čtvrtletí letošního roku potvrzují, že maloobchod je jediným segmentem českého trhu nemovitostí, jenž roste krizi navzdory. Za první tři měsíce 2009 bylo dokončeno 65 600 metrů čtverečních moderních maloobchodních prostor, přičemž přírůstek za celý letošní rok má podle expertů z mezinárodní poradenské společnosti DTZ činit téměř 340 600 metrů - od už citované předpovědi CBRE se tato čísla odlišují zásadním způsobem, ta počítá s přírůstkem pouhých 56 000 metrů. „Zdaleka ne všechny projekty budou ovšem bezproblémové. Developeři obchodních center si například musí zvyknout na úbytek nájemců z oblastí módy a módních doplňků. Stoupá naopak poptávka z oblasti gastro a služeb denní potřeby,“ konstatuje Martin Kubík DTZ a dodává: „Nájemci jsou obecně mnohem opatrnější stran expanze. Jednak proto, že některé prodejny nemusejí vydělávat, a také z toho důvodu, že mnozí z nich v minulosti podepsali smlouvu v nějakém projektu, který má ale nyní problémy s financováním, a neustále se odkládá.“ Podle jeho kolegů je důvodem k optimismu i přetrvávající ochota českých spotřebitelů utrácet. „V posledním kvartálu loňského roku nechali Češi v obchodech o 6,8 % více peněz než ve stejném období 2007. První měsíce letošního roku vykazují zpomalení růstu výdajů, přesto jsou meziročně stále vyšší,“ tvrdí Martijn Kanters.

Překvapivě odlišný pohled DTZ na aktuální vývoj v segmentu obchodních realit je těžké hodnotit. Každopádně právě mezinárodní poradenské společnosti současnou nepopiratelnou krizi „zaspaly“ (stejně jako ekonomická prognostika vůbec). A to bez výjimky, což je nepochybně projevem jisté uniformity a „stádnosti“ jejich prognóz ve stylu „budeme-li tvrdit to, co ostatní, nemůžeme se splést!“. Toto selhání se nyní v době recese může projevat i snahou vidět věci jinak než konkurence. Přitom pro celý obor je dnes charakteristický pesimistický náhled na vývoj (stejně jako dříve překypoval optimismem) - citovaná prognóza DTZ jde tedy právě tak trochu proti proudu. Jde-li jenom o snahu odlišit se či o skutečně jiné a třeba i objektivnější hodnocení reality se ukáže v poměrně krátké době.

19.05.2009 08:00, SF / Petr Bým