

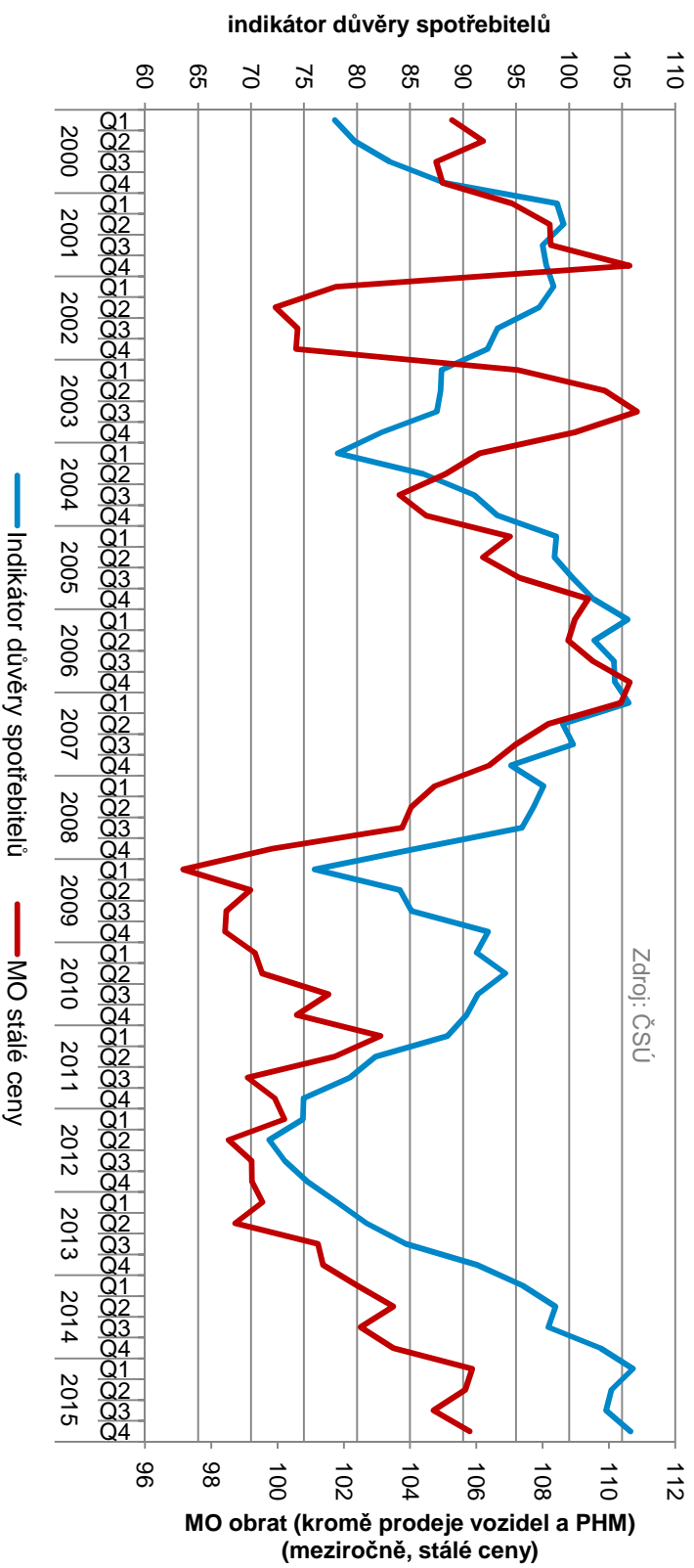


TRENDY VE VÝVOJI RETAILU

Tomáš Drtina, GfK CZ & SK

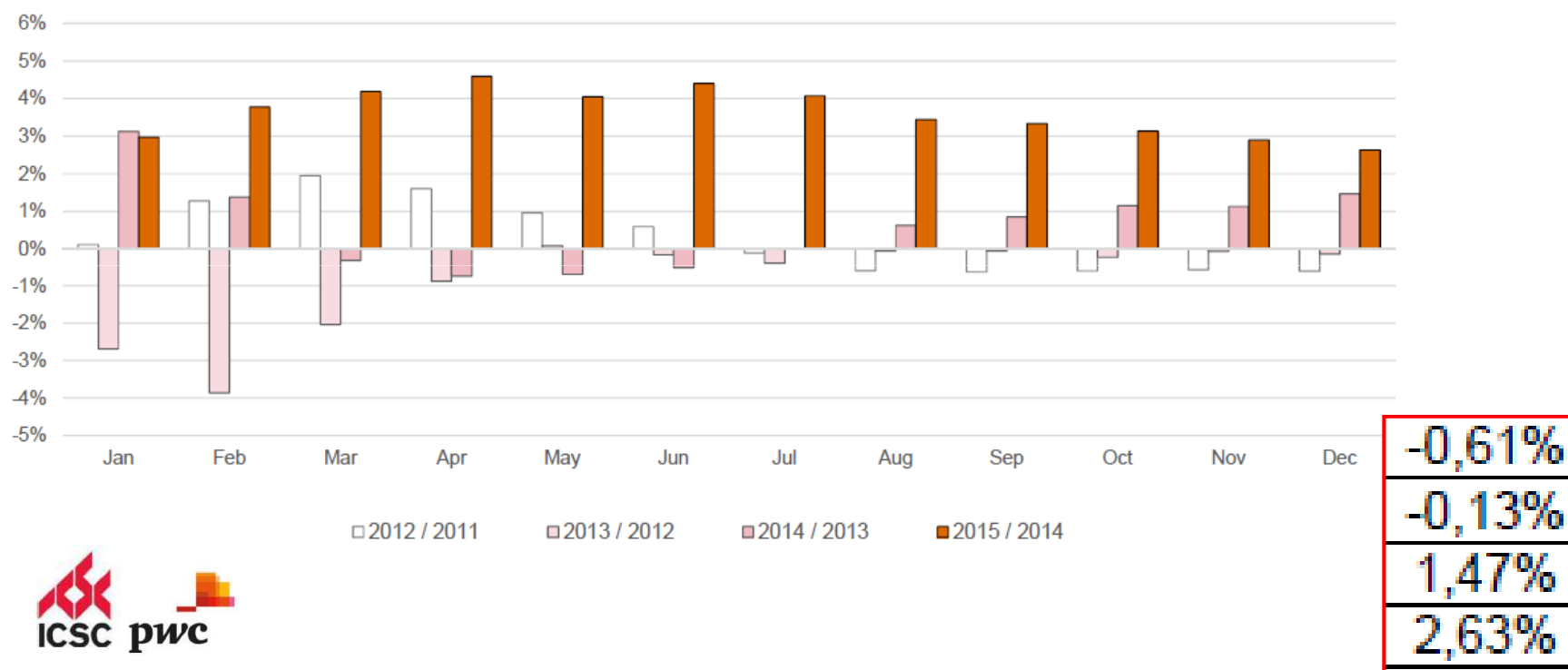
REM, 3/2016

Optimismus zvedá tržby obchodu

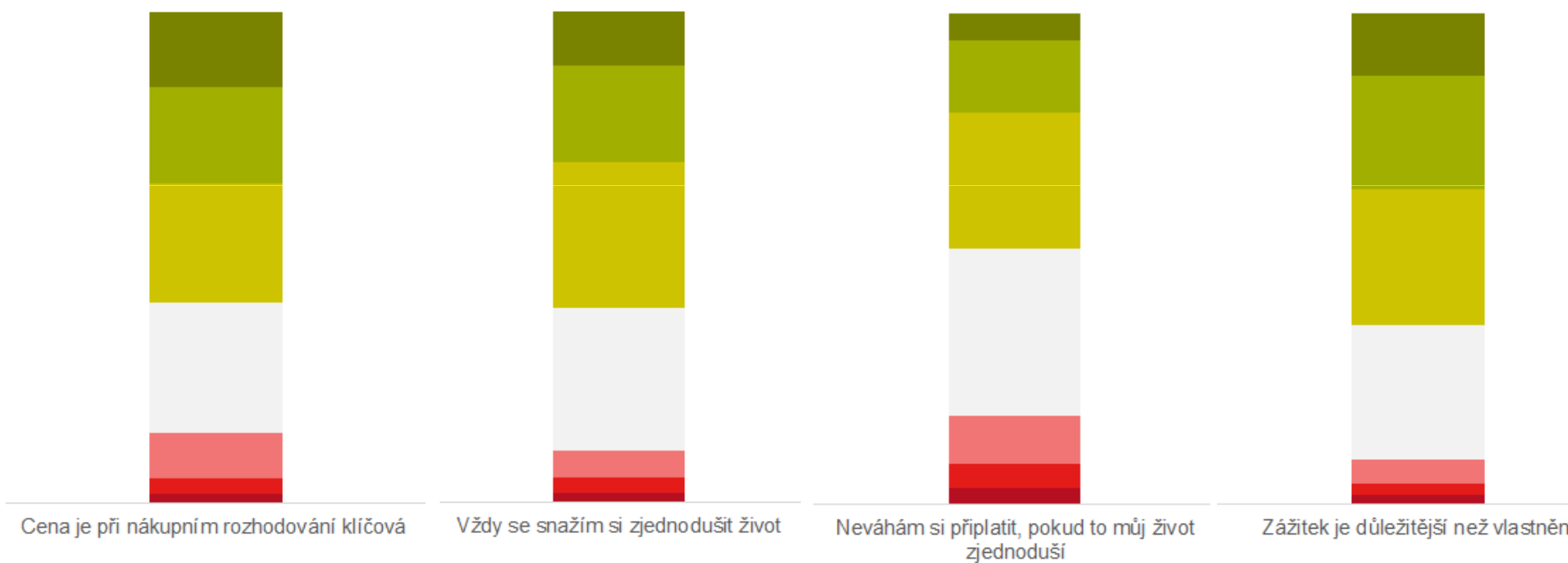




Návštěvnost nákupních center loni rostla



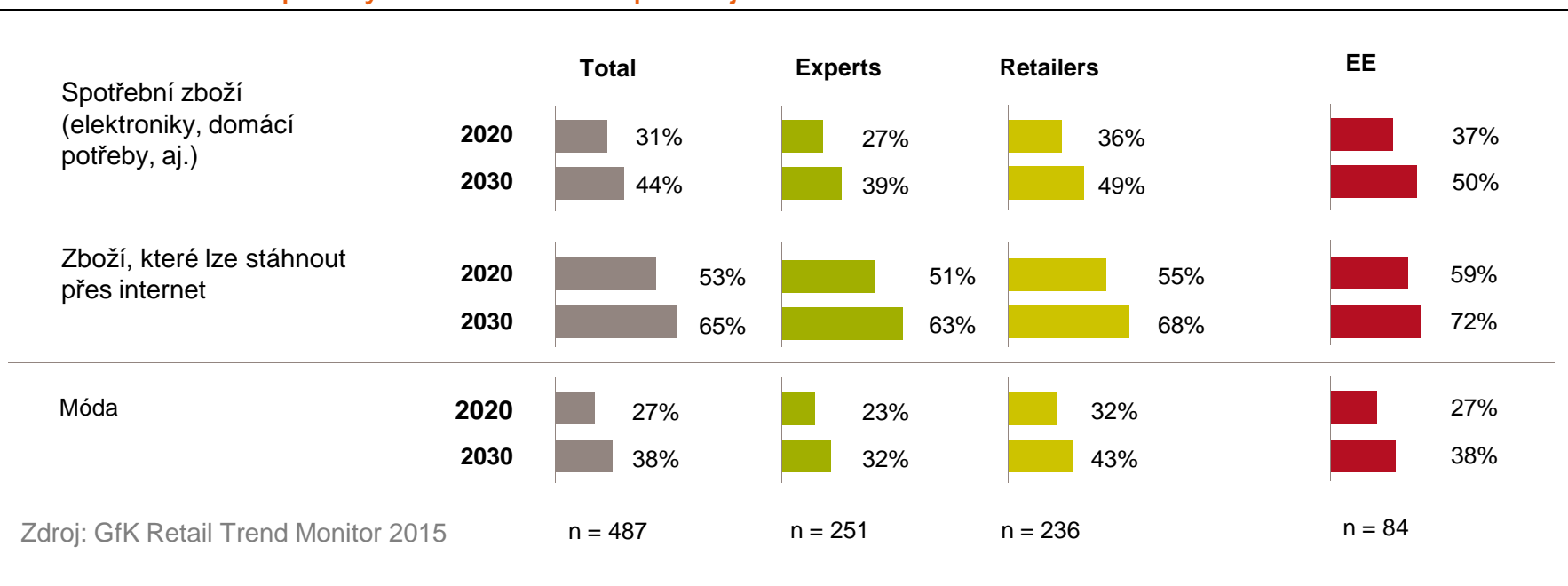
Cena, ale i pohodlí, zážitek



Podíl online prodejů roste dvouciferně a poroste i nadále



Očekávané tržní podíly internetového prodeje v letech 2020 a 2030



Bariéry? Logistika je pro online obchodníky stále velkou výzvou.

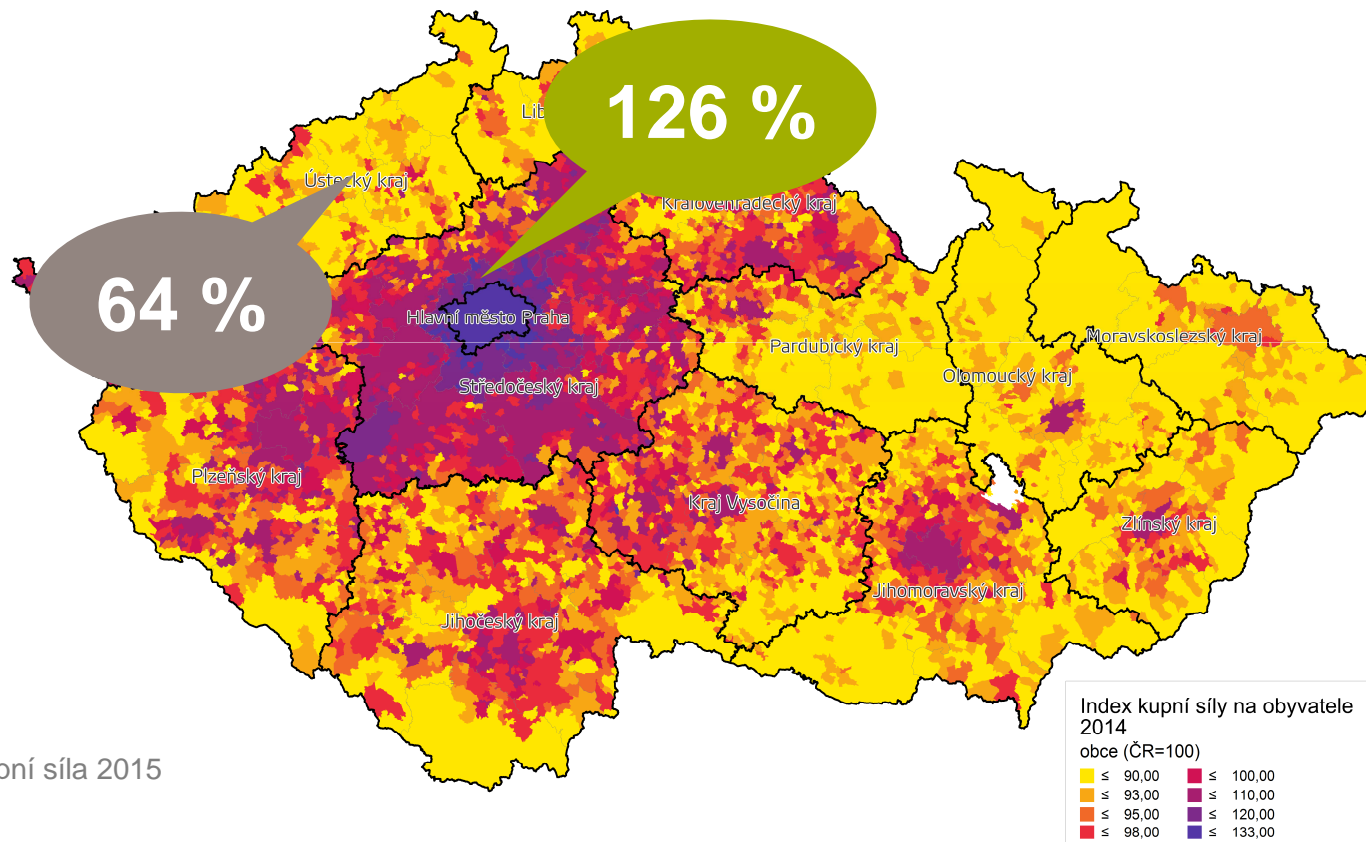
Hranice mezi on-line a offline světem se stírá. Nastupuje omnichannel.



- V budoucnosti budou jednotlivé nákupní kanály propojené, budou stále méně zřetelné hranice mezi online a offline. Digitální a fyzické kanály budou koexistovat prostřednictvím více způsobů jak nakoupit.
- Klíčové bude propojení hladkého „zážitku z nakupování“ v různých kanálech.



Fungují stejné strategie v Roztokách i Obrnicích?



Zdroj: GfK Kupní síla 2015

Tomáš Drtina, Trendy ve vývoji retailu, REM, 3/2016

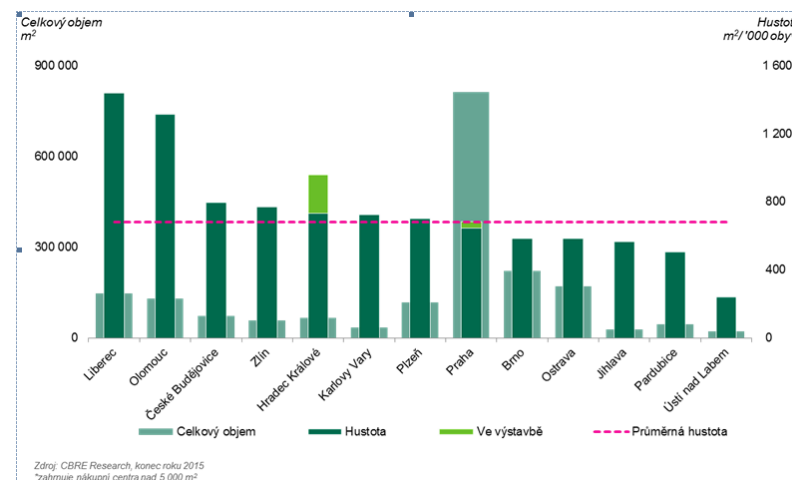
Co je malé to je hezké?





Těžištěm non-food retailu jsou obchodní centra

- Nejoblíbenějším místem nákupu nepotravinářského zboží v Česku zůstávají nákupní centra. V současné době jich zde působí více než čtyři stovky, a to nejrůznějších typů a velikostí. Jejich celková pronajimatelná plocha činí 4,4 mil. m².
- Devět desítek obchodních center lze podle kategorizace ICSC řadit mezi velké či středně velké (jejich celková plocha činí 2,3 mil. m² GLA). Téměř čtvrtina z nich je umístěna v Praze. Hranici sta obchodních jednotek překročily již více než dvě desítky center. Největší v zemi – pražské Centrum Chodov – jich aktuálně nabízí dokonce 214.
- Celková vybavenost obchodními centry v přepočtu na 1000 obyvatel se nachází mírně pod průměrem EU. Přepočet podle kupní síly Česko dostává mezi skupinu zemí s nadprůměrnou kapacitou ploch v OC (naopak v „shopping streets“ zaostáváme).
- V míře vybavenosti měst a regionů jsou značné rozdíly (Liberec, Olomouc vs. Ústí nad Labem, Pardubice)

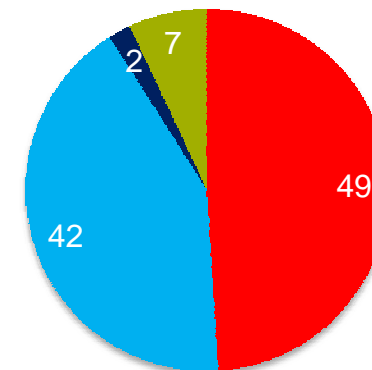


Modernizace a rozšiřování stávajících center namísto výstavby nových



- Hlavní vlnu expanze nových nákupních center má Česká republika za sebou. Míra saturace trhu je poměrně vysoká a naprostá většina investic proto nesměřuje do nové výstavby, ale do redevelopmentu – do modernizace či extenze stávajících budov.
- Celkové přírůstky obchodních ploch tak byly v roce 2015 rekordně nízké. Na trhu vedle komplexů stavěných přímo retailery přibýlo jediné nákupní centrum – Central Kladno (26 tis. m², Crestyl) a necelá desítka retail parků.
- Nové větší obchodní projekty budou v dalších letech vznikat pouze v omezeném rozsahu. Skeptické ohledně přírůstku nových ploch do roku 2017 jsou i výsledky průzkumu ARTN – v žádném jiném z nemovitostních segmentů nebylo procento odpovědí očekávající přírůstek ploch tak nízké.

Jaký očekáváte nárůst nových retailových projektů v letech 2016-17?



- stagnace, jen minimum nových projektů
- mírný přírůstek nových prostor
- značný přírůstek nových prostor
- nedokážu odhadnout

Zdroj: Průzkum ARTN

Naprostá většina investic sice půjde do modernizace...
... ovšem zpomalení expanze neznamena konec expanze



Investice do stávajících prostor

- nejen majitelé nákupních center, ale i retaileři: Lidl investuje 9 mld. Kč během 3 let



... i do nových center

- The Prague Outlet (Dreitonel)
- AuPark Hradec Králové
- Rozšíření Centra Chodov
- Palác Savarin (Cross)
- Retail parky v menších a menších městech
- V delším horizontu také rozvojové projektů některých pražských nádražních areálů (Smíchov, Bubny, Žižkov)

Objem investičních transakcí na rekordní úrovni

2015

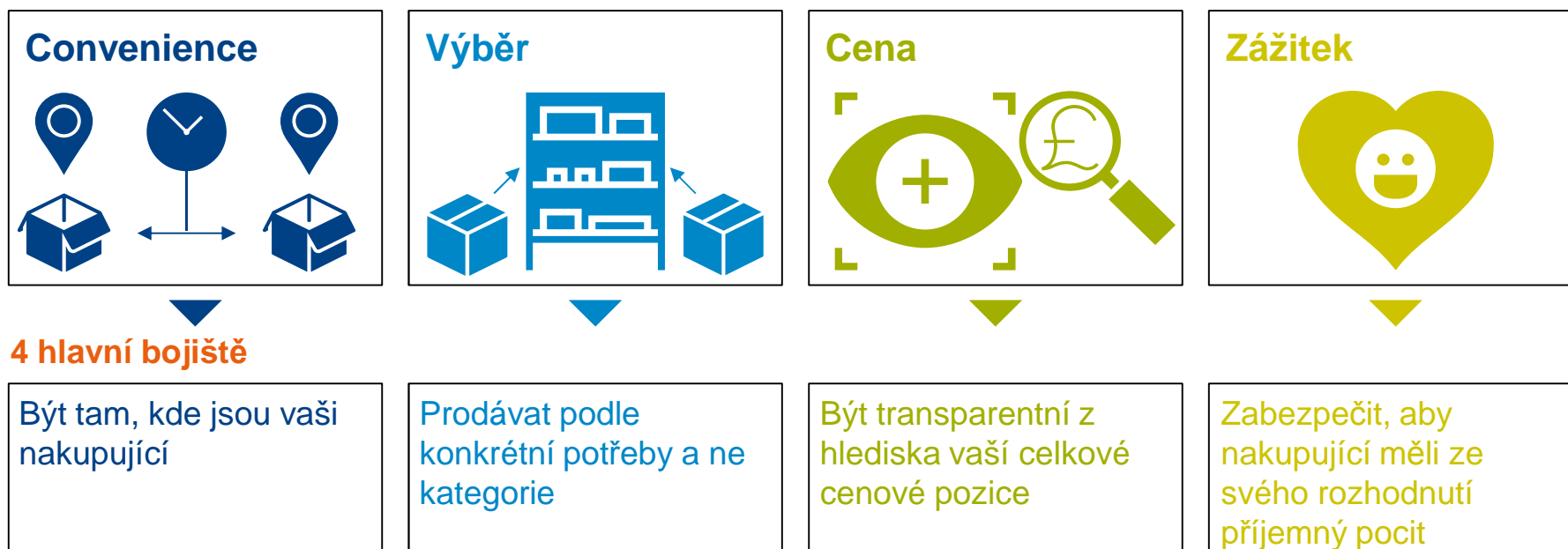
- Obrovský zájem investorů (podobně jako 2014)
- Pražské Palladium přešlo do vlastnictví německého fondu Union Investment za cenu převyšující 570 mil. EUR.
- Další zajímavé transakce: Palác Savarin – Cross, OC Varyáda, Futurum Kolín či Campus Square Brno, Outlet Freeport Hatě, OD Kotva i portfolia sestávající z většího množství projektů.



2016

- Zájem bude opět nadprůměrný. Členové expertního panelu ARTN řadí z hlediska atraktivity pro investory retail mezi sektory na druhé místo (jen těsně za industriální sektor).
- Intenzivní jednání o prodeji nejrozsáhlejšího českého centra OC Letňany. Ve hře jsou i další nemovitosti z portfolia Tesco stores (například liberecké Forum), i další obchodní projekty.

Hodně se mění, technologie hrají stále silnější roli, vítězný retailový model nicméně stále vyžaduje mít nabídku zajímavou ve všech 4 klíčových oblastech:





„Zákazníci stále častěji vyžadují, aby nakupování bylo přizpůsobené jejich životnímu stylu a ne aby oni sami museli přizpůsobovat svůj životný styl nákupům“

Mark Lewis, ředitel pro maloobchod, společnost John Lewis



DĚKUJI ZA POZORNOST!

tomas.drtina@gfk.com