**CBRE Shopping Centre Index: obchodní centra loni zvýšila obrat o 3,4 %. Jak se do jejich budoucnosti promítne pandemie koronaviru?**

|  |  |
| --- | --- |
| **Loni** | **Letos po znovuotevření OC** |
| **Obraty** obchodních center meziročně vzrostly o 3,4 %. | Obchodníci jsou s výsledky spokojeni, v některých případech předčily jejich očekávání. |
| **Návštěvnost** se zvýšila o 3,1 %. | Meziročně se návštěvnost propadla o 15-20 %, ale centra zatím plně nevyužívají marketingových nástrojů na podporu návštěvnosti a naopak dodržují zvýšená bezpečnostní opatření. |
| **Nájemné** rostlo jen minimálně. | Objevují se žádosti o úpravu výše nájemného formou slevy, a to na přechodnou dobu či s platností do konce roku. |
| **Míra neobsazenosti** byla stabilní kolem 3,5 %. | Černé scénáře se nepotvrdily, znovu neotevřely pouze jednotky obchodů. |

Praha, 25. června 2020 – Podle nejnovější studie Shopping Centre Index, kterou již osmým rokem sestavuje společnost CBRE, světový lídr v oblasti správy a pronájmu maloobchodních prostor, se regionálním nákupním centrům v České republice v roce 2019 opět dařilo. Je zřejmé, že pozitivní vývoj výkonnosti obchodních center, který je patrný v posledních šesti letech, bude letos poznamenán dopady pandemie Covid-19 s více než dvouměsíčním uzavřením většiny obchodů. Pro kvalifikovanou předpověď, s jakou rychlostí se maloobchodní trh zotaví, je třeba vědět, v jaké kondici byl ještě před nástupem pandemie, jaká jsou jeho specifika a které trendy na něj působí. Odborníci CBRE komentují aktuální i budoucí vývoj v kontextu rozsáhlého průzkumu výkonnosti 20 regionálních nákupních center (kromě Prahy), který představuje více než 570 000 m2 maloobchodních ploch.

Obchodní centra prošla v posledních dvou letech řadou strukturálních změn. Zatímco plocha hypermarketů a supermarketů se snížila, vznikl tím prostor pro rozšiřování nákupní galerie s prodejnami módy, elektra, domácími potřebami a nábytkem. Zároveň se zvětšoval prostor pro foodcourty a volnočasové aktivity. V současnosti zaujímají největší podíl na pronajímané ploše galerie v obchodních centrech oděvní značky (38 %), následuje specializovaný maloobchod, kam patří například parfumerie, knihkupectví, lékárny, optiky či hračkářství (16 %). Pomyslnou třetí příčku drží obchody se sportovním zbožím (12 %). Vloni výrazně expandoval segment domácích potřeb a nábytku, který navýšil podíl pronajímaných ploch o 16 %. Specializované obchody s elektronikou se rozrostly o 6 %. Oděvní značky sice zvětšily prodejní plochu meziročně o pouhé 4 %, ale v absolutních číslech nově obsazené plochy byly premianty.

**Největší nárůst loňských obratů zaznamenal sektor elektra (14,4 %), služeb (11,1 %) a gastronomie (10 %). Po pandemii se nejrychleji zotavuje obuv, móda a sportovní zboží**

Od roku 2014 jsme byli svědky rostoucího trendu obratů obchodních center, které v tomto období dosáhly kumulativního navýšení o téměř 30 %. Také v loňském roce došlo k meziročnímu zlepšení, a to o 3,4 %. I když se tempo růstu mírně zpomalilo, stále se z pohledu historie českého trhu jednalo o velmi dobrý výsledek. *„Růst obratů se významně lišil v závislosti na typu segmentu. Pomyslným loňským vítězem je oblast elektra (14,4 %). Tento sektor prošel v letech 2017-2018 významnými strukturálními změnami, které v tomto období vedly k jeho slabší výkonnosti. Ovšem výsledky za loňský rok již ukazují, že tyto změny byly účinné a prodeji elektroniky v kamenných obchodech se dařilo i navzdory konkurenci online nákupů, které jsou právě u elektra mezi všemi sledovanými sektory na nejvyšší úrovni. Mezi další úspěchy loňského roku patří růst obratů v gastronomii (10 %) a službách (11,1 %). U obou kategorií evidujeme již třetí rok v řadě dvouciferný nárůst hodnoty obratů. To potvrzuje jejich pozici nejdynamičtějších sektorů v nákupních centrech,“* komentuje **Klára Bejblová, vedoucí výzkumu maloobchodního sektoru v CBRE**.

Naopak vloni se příliš nedařilo segmentu módy, který poprvé po pěti letech růstu zaznamenal pokles o 1,5 %. Hlavním důvodem byly nižší obraty specializovaných oděvních značek, ale svou roli sehrál také podíl pronajatých ploch. Ačkoliv hodnota agregovaných obratů i nadále rostla, měla již menší dynamiku, než byl přírůstek plochy pronajatých jednotek. S obtížemi se potýkal i další rok prodej obuvi, který zaznamenal meziroční pokles o 5,3 %. A ke zpomalení tempa růstu došlo také u sektoru kabelek a cestovních zavazadel, kde se dříve dvouciferné růsty obratů snížily o 7 %.

*„Během letošního března došlo ve srovnání s rokem 2019 zhruba k 45% propadu v obratech, v dubnu dokonce o 65 %. Nicméně již nyní sledujeme, že se situace vyvíjí příznivě. Na základě zpětné vazby od většiny obchodníků kvitujeme, že jsou s výsledky spokojeni – ty v některých případech předčily jejich očekávání. Nájemci z oblasti módy nebo elektra, kteří zredukovali počty zaměstnanců, dokonce nebyli v první vlně po znovuotevření obchodních center schopni dostatečně obsloužit nové zákazníky. Kategorie jako obuv, móda nebo sport jsou na tom dobře. Ale samozřejmě existují i sektory, kde probíhá oživení pomaleji. Jedná se zejména o cestovní kanceláře a provozovatele volnočasových aktivit. Naopak zájem je o restaurace a provozovny s občerstvením. Je zřejmé, že si lidé po dlouhé době domácího vaření potřebují trochu oddychnout a najíst se venku,“* říká **Tomáš Míček, vedoucí správy obchodních center v CBRE**.

**Návštěvnost obchodních center i výše průměrné útraty v minulých letech rostla. Nyní zákazníci utrácí stejně, ale své nákupy cíleně plánují**

Návštěvnost obchodních center zastoupených v Indexu CBRE dosáhla v loňském roce 93 milionů zákazníků. Ve srovnání s předchozím rokem se jedná o 3,1% nárůst, což znamená zhruba o 380 návštěv na centrum denně více. Zatímco výstavba nových regionálních center byla v posledních pěti letech značně omezená (kolem 5 %), zákaznická základna je stabilní a ve stejném období vzrostla o cca 8 %. Nejenže Češi chodí do obchodních center častěji než dříve, ale díky vysokým nárůstům obratů každým rokem roste i nákupní košík (od roku 2015 o 25 %). Jen loni došlo k meziročnímu zvýšení o 4,4 % a aktuálně průměrný zákazník centra utratí během jedné návštěvy 221 Kč. Je zřejmé, že i přes vzrůstající oblibu e-commerce, která v loňském roce podle statistik ČSÚ posílila o 18,2 %, zůstávají Češi kamenným obchodům věrni. A nic zásadního na tom nezmění ani pandemie koronaviru. Z nedávného průzkumu CBRE o změnách nákupního chování v době karantény (více informací [zde](http://www.crestcom.cz/cz/tiskova-zprava/?id=2677)) vyplývá, že pokud si lidé budou moci vybrat mezi návštěvou obchodního centra a online nakupováním, pouze 10 % dotazovaných se omezí jen na druhou možnost. 76 % lidí přitom uvedlo, že chce pokračovat v pravidelných nákupech v klasických prodejnách. Zákazníci jednoduše chtějí mít z nakupování zážitek.

*„Letos v březnu se ve srovnání s loňským rokem propadla návštěvnost obchodních center o 45 %, v dubnu o 65 % a po znovuotevření o 15-20 %. Návštěvnost je v této době velmi závislá na lokalitě a její spádové oblasti, protože lidé nejsou ochotni za nákupy příliš cestovat na delší vzdálenost. Obchodní centra v regionech jsou na tom obecně lépe než centra v Praze, kterým primárně chybí zákazníci z řad turistů, anebo centra obklopená větším množstvím kancelářských budov, jelikož zaměstnanci stále ve velké míře využívají práci z domova. Na druhou stranu návštěvnost porovnáváme s obdobím před rokem, kdy obchodní centra mohla plně využívat marketingové nástroje na podporu návštěvnosti v podobě různých akcí, koncertů, food festivalů a výstav pro širokou veřejnost. Přesto se do jisté míry naplnily naše předpoklady - zákazníci v těchto dnech nákupy více plánují a cíleně nakupují zboží, které potřebují. V centrech se v současné době nepohybuje tolik zákazníků, kteří by v něm trávili volný čas,“* uvádí **Tomáš Míček**.

**I přes silný růst obratů nájemné výrazně nerostlo. Nájemci v současnosti zkouší vyjednávat lepší podmínky**

Průměrná velikost jednotky v regionálních centrech v posledních pěti letech vzrostla o 7 %, takže aktuální průměrná prodejní plocha dosahuje 221 m2. Nicméně největší podíl (28 %) na pronajímané ploše mají stále jednotky nad 1 000 m2, čímž zůstává pozice kotevních nájemců velmi silná. Pokračující růst obratů v posledních šesti letech se výrazně nepromítl do zvýšení průměrného nájemného: v roce 2018 o pouhé 1 %, loni o 2,2 %. Nájemné nejvíce rostlo u prodejen ve velikosti do 200 m2 (cca o 10 %). Podíváme-li se na jednotlivé sektory, v roce 2019 byla nejvyšší dynamika růstu nájemného u prosperujících sektorů elektra (7 %) a služeb (6,8 %) – poskytovatelům kadeřnických a kosmetických služeb se dokonce zvýšil nájem o 14,6 % a cestovním kancelářím o 9,9 %. Naopak specializované oděvní značky, jejichž obraty v loňském roce poklesly, zaznamenaly snížení průměrného nájemného o 4 %.

*„Po znovuotevření obchodních center vnímáme žádosti ze strany nájemců na úpravu výše nájemného formou slevy na nájemném na přechodnou dobu nebo s platností do konce roku. Pronajímatelé vyčkávají na ekonomické výsledky, kterých budou prodejci dosahovat, než se rozhodnou pro další postup,“* popisuje **Milan Mašša, vedoucí týmu pronájmu maloobchodních prostor v CBRE**.

Průměrná míra neobsazenosti obchodních center byla loni stabilní a v závěru roku dosáhla 3,5 %. *„Negativní scénáře, které předpokládaly, že až 30 % nájemců po karanténě znovu neotevře, se nepotvrdily. Sledujeme, že se jedná spíše o jednotky obchodů. Nájemci přesto vyčkávají s další expanzí. Je tudíž důležité zvážit podporu nájemců, kteří balancují na hraně, protože za ně bude časově náročnější najít náhradu,“* vysvětluje **Milan Mašša**.

**Investiční projekty obchodních center jsou zatím odloženy**

*„Projekty nových obchodních center anebo jejich remodelling, které dosud nebyly ve fázi realizace, jsou ve většině případů odloženy na následující rok, aby se využil čas na případnou revizi plánů. Teprve příští měsíce ukážou, zda je jejich rozsah stále aktuální, anebo si v rámci maximalizace výkonu vyžaduje dodatečné změny,“* uzavírá **Katarína Brydone, vedoucí týmu investic do nemovitostí v CBRE**.

O Shopping Centre Indexu

CBRE Shopping Centre Index je jediným tržním ukazatelem, který sleduje výkonnost českých regionálních nákupních center v České republice. Analyzuje vzorek 20 nákupních center v regionech České republiky (kromě Prahy), který představuje více než 570 000 m2 maloobchodních ploch. To je více než 35 % objemu nákupních centrech v regionech, které v loňském roce navštívilo celkem 93 milionů zákazníků. Průměrné regionální obchodní centrum disponuje pronajímatelnou plochou 28 500 m2. Přibližně 70 až 85 % plochy tvoří nákupní galerie, zbytek zaujímají potravinové řetězce a multiplex, který se nachází až ve třetině center. Právě segmenty hypermarketů a supermarketů a dále multikin nejsou součástí indexu, protože by mohly způsobit zkreslení výsledků.

O CBRE Retail

CBRE je expertem a největším správcem maloobchodních ploch v České republice: aktuálně má ve správě 27 retailových nemovitostí s cca 500 000 m2 maloobchodních ploch. Poskytuje rozsáhlé a komplexní poradenství v oblasti nákupu a prodeje maloobchodních aktiv, pronájmu maloobchodních prostor, zastupování nájemců při vstupu na český trh nebo optimalizaci sítě prodejen, a dále správu, marketing a koncept design nákupních center a retail parků. V neposlední řadě je lídrem v průzkumu maloobchodního trhu a chování zákazníků.

**Kontakt:**

**Crest Communications, a.s.**Denisa Kolaříková Kamila Čadková
Account Manager Account Director
Gsm: +420 731 613 606 Gsm: +420 731 613 609
email: denisa.kolarikova@crestcom.cz email: kamila.cadkova@crestcom.cz
[www.crestcom.cz](http://www.crestcom.cz/cz)

**CBRE**

Pavlína Musilová, Communications Manager, +420 606 611 074, [pavlina.musilova1@cbre.com](file:///C%3A%5CUsers%5Cnotebook%5CDownloads%5Cpavlina.musilova1%40cbre.com)

CBRE Czech Republic [Facebook](https://www.facebook.com/pages/CBRE-News/626929170775263?ref=ts&fref=ts" \t "_blank), [Linkedin](https://www.linkedin.com/company/3585825?trk=tyah&trkInfo=clickedVertical%253Acompany%252Cidx%253A1-1-1%252CtarId%253A1431360641868%252Ctas%253Acbre%2520czech" \t "_blank), [Instagram](https://www.instagram.com/cbre_cz/%22%20%5Ct%20%22_blank)

**O CBRE**

CBRE Group, společnost figurující na žebříčku Fortune 500 a indexu S&P 500 se sídlem v Los Angeles, je světovou vedoucí společností v oblasti realitních služeb a investic (z hlediska výnosů za rok 2019). S přibližně 100 000 zaměstnanci poskytuje služby majitelům nemovitostí, investorům a nájemníkům prostřednictvím více než 530 poboček po celém světě (do tohoto součtu nejsou započteny dceřiné společnosti). Společnost CBRE poskytuje širokou škálu integrovaných služeb od správy a údržby nemovitostí, obchodních transakcí, projektového managementu, investičního managementu přes oceňování nemovitostí, pronájmu a prodeje nemovitostí, strategického poradenství až po hypoteční a developerské služby. S téměř 350 zaměstnanci CBRE v České republice spravuje téměř 75 objektů komerčních budov o celkové rozloze téměř 1,2 mil. m2. Pro více informací navštivte internetové stránky společnosti na [www.cbre.cz](http://www.cbre.cz/).