

## V CANNES PROBĚHL 16. ROČNÍK VELETRHU MAPIC

*Festivalový palác francouzského Cannes se od 17. do 19. listopadu stal dějištěm již 16. ročníku veletrhu MAPIC zaměřeného na nemovitosti pro komerční využití, zejména na obchodní centra. Do Cannes letos přijelo 7.400 účastníků z 2.940 společností 67 zemí celého světa z řad developerů, investorů, realitních agentur, zástupců měst a celých regionů, maloobchodních řetězců, nádraží a letišť. Návštěvnost veletrhu vzrostla v porovnání s minulým rokem o 10 %. MAPIC si tak stále udržuje pozici nejvýznamnějšího evropského fóra specializovaného na globální retailový trh; letošní ročník navíc signalizuje návrat optimismu a důvěry v tento segment realitního trhu.*

Zhruba na úrovni minulého ročníku zůstala **účast České republiky**. Do Cannes přijelo přes 20 v tuzemsku působících společností. Ekonomická recese, ovlivňující také český retailový trh, se projevila ve struktuře tuzemské účasti: zatímco v dřívějších letech býval MAPIC ideální platformou, kde developeri prezentovali a nabízeli svá obchodní centra zejména potenciálním nájemcům, letos tomu tak bylo pouze v malé míře. Čeští developeri byli tentokrát na veletrhu spíše jako návštěvníci bez vlastních stánků (např. Crestyl Management, Pointpark Properties, Lordship a další). Je to odraz faktu, že na trhu tuzemských maloobchodních nemovitostí přibude letos pouze 117.000 m<sup>2</sup>. V hlavním městě Praze se letos otevřelo jediné obchodní centrum - Galerie Harfa - a obdobná situace je i v regionech. Prakticky jediným českým developerem, který na veletrhu otevřel svou expozici, tak byla společnost MINT Investments soustředící se na česká a slovenská regionální centra (v přípravné fázi Breda & Weinstein v Opavě, Štadión v Žilině a druhá fáze projektu Laugaricio v Trenčíně) a v neposlední řadě i na výstavbu Retail Parku v Čestlicích u Prahy. Vedle českých developerů byly na veletrhu zastoupeny také v tuzemsku působící retailové řetězce (např. Datart International, Sephora, Pietro Filipi, McDonald's, Toys Way Service) a poradenské společnosti. Sebastien Dejanovski, partner MINT Investments, k letošnímu ročníku veletrhu uvedl: „Na evropských retailových trzích se začíná projevovat postupné ožívování a mírný růst. Podle údajů Jones Lang LaSalle dosáhly přímé investice do maloobchodních nemovitostí v Evropě za první tři čtvrtletí letošního roku 15,2 mld EUR, což je zhruba o 90 % více v porovnání se stejným obdobím loňského roku. V tuzemsku etablované značky i zástupci nadnárodních retailových řetězců dosud působících mimo Českou republiku se začínají poohlížet po atraktivních lokalitách, a to především v regionech, kde dosud poptávka po kvalitních obchodních centrech nebyla saturována. Jednání s potenciálními nájemci našich regionálních obchodních center to na veletrhu jednoznačně potvrdila. Atraktivita České a Slovenské republiky je způsobena také tím, že se v zemích střední a východní Evropy do roku 2013 očekává meziroční nárůst HDP mezi 2,5 – 5,1 %, což je více než prognóza pro průměr všech zemí v rámci EU.“

**Nejdiskutovanějším tématem veletrhu** byl přirozeně dopad ekonomické recese na segment maloobchodních nemovitostí. Jak v rámci panelové diskuse o budoucnosti tohoto trhu poznamenal Richard Lloyd-Owen, partner poradenské společnosti Deloitte pro segment retailu v zemích EMEA, globální růst maloobchodu se v příštím roce soustředí

především do některých mimoevropských regionů s velkým růstovým potenciálem, kde předpokládaný růst HDP bude mnohem vyšší než v Evropě a přesáhne 5 %. Týká se to např. Ruska, Turecka či vyspělých severoafrických a jihoamerických zemí. Jako reakce na rostoucí globalizaci v chování zákazníků budou v těchto zemích vznikat obchodní a zábavní centra velkého rozsahu, která často pocházejí z dílny globálně působících architektů i developerů a jsou příležitostí také pro mezinárodně expandující maloobchodní řetězce. Jako příklad je možné uvést obchodní centrum Boulevard Londrina Shopping v jižní Brazílii, jehož developerem je portugalský Sonae Sierra, obchodní a zábavní centrum Cleopatra Mall prezentovaný společností Cleopatra Group v egyptské Káhiře nedaleko pyramid v Gize či největší turecký retailový projekt Forum Istanbul, jehož developerem je nizozemská skupina Multi Corporation. Celkem se na veletrhu prezentovalo několik set obchodních a zábavních center z celého světa.

Také letos se veletrh MAPIC soustředil na **města a regiony**, pro které je development komerčních nemovitostí jednou z priorit v územním plánování. Při setkání zástupců 90 měst **“Retail in the City Summit“** se diskutovalo především o trendech udržitelného rozvoje v maloobchodním sektoru a strategiích spolupráce mezi partnery z veřejné a soukromé sféry. Příležitostí pro developery deseti vybraných světových obchodních center byla v rámci doprovodného programu veletrhu také **interaktivní konference “Speed Matching“**, kde prezentovali své projekty předním investorům a maloobchodním řetězcům, hledajícím nové možnosti. Do této desítky vybrala mezinárodní porota i projekt druhé fáze obchodního centra Laugaricio v Trenčíně.

Vyvrcholením veletrhu se jako každoročně stal galavečer s předáváním cen **MAPIC Awards**. Ceny byly uděleny ve čtyřech kategoriích – nejlepší mezinárodní maloobchodní řetězec (Jack Wolfskin, Německo), nejlepší retailový koncept (Lego, Dánsko), obchodní centrum roku (Odysseum ve francouzském Montpellier, developer: Icade) a město roku, které v maloobchodu nejvíce zvýšilo svou atraktivitu (Brusel, Belgie).

Příští, 17. ročník veletrhu MAPIC se v Cannes uskuteční od 16. do 18. listopadu 2011.

**Další informace:**

**Crest Communications**

Kamila Čadková, tel.: 222 927 111, fax: 234 648 666, kamila.cadkova@crestcom.cz