

Parki handlowe odporne na COVID-19

PANDEMIA KORONAWIRUSA OD POCZĄTKU WYWOŁYWAŁA STRACH O NASZĄ PRZYSZŁOŚĆ – W PIERWSZEJ KOLEJNOŚCI O NASZE ZDROWIE I ŻYCIE, A TERAZ KIEDY STARAMY SIĘ NAUCZYĆ Z NIĄ ŻYĆ, PRZYSZEDŁ STRACH O NASZE FINANSE. OBOSTRZENIA W PROWADZENIU DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ WPROWADZONE PRZEZ RZĄD WSKUTEK PANDEMII DOTKNĘŁY W OSTATNIM CZASIE WIELE BRANŻ. Z PEWNOŚCIĄ KAŻDY ZAKAZ PROWADZANIA BIZNESU PRZYNOSI OGROMNE STRATY GOSPODARCZE, ALE RÓWNIEŻ DRAMATY PRZEDSIĘBIORCÓW ORAZ ICH RODZIN.



Mateusz Gramza

Property manager w NAI Estate Fellows

NAI Estate Fellows

Ukończył studia z zakresu gospodarowania nieruchomościami na Uczelni Łazarskiego w Warszawie, następnie poszerzał wiedzę z zakresu rynku nieruchomości podczas studiów podyplomowych na Politechnice Warszawskiej na kierunkach: zarządzanie nieruchomościami oraz wycena nieruchomości. Doświadczenie w branży zdobywał, zarządzając budynkami zarówno mieszkaniowymi, jak i komercyjnymi.

Działalność parków handlowych

Bardzo poszkodowani mogą się czuć przedsiębiorcy prowadzący swoje salony w centrach handlowych o powierzchni powyżej 2 tys. m², czyli praktycznie w większości centrów handlowych, w szczególności kiedy najemcy tych samych branż są cały czas otwarci dla klientów w parkach handlowych, skwerach i wolno stojących sklepach.

Z czego to wynika? Należałoby rozpocząć od określenia definicji obu obiektów. Wśród klientów najczęściej pojęcie „centrum handlowe” jest tożsame z pojęciem „galeria handlowa” i jest używane zamiennie. W ogólnie funkcjonującej terminologii są to miejsca koncentracji wielu sklepów i usług w jednym miejscu. W tym miejscu nasuwa się pytanie: czym zatem są parki handlowe i czym z definicji różnią się od centrów handlowych? Z kolei w nomenklaturze branżowej coraz częściej można spotkać się z określeniami: „retail park” czy „convenience center”.

Jedną z odpowiedzi na pytanie, dlaczego sklepy w parkach handlowych ciągle są otwarte, jest właśnie ten drugi termin:

convenience center, czyli miejsce z wygodnym dostępem. Ten wygodny dostęp tworzą oddzielne wejścia do każdego z punktów handlowych i właśnie to jest wykorzystywane przez dużą część najemców jako przesłanka do traktowania ich lokalu jako oddzielnego sklepu. Bezpośrednie wejście do lokalu z zewnątrz, szczególnie wyposażone w automatyczne drzwi przesuwne, pozwala klientowi zrobić zakupy właściwie bez dotykania zbędnych przedmiotów. Jak wiadomo, preferowane są obecnie płatności bezgotówkowe, a co za tym idzie, jedyny kontakt mamy z towarem, który bierzemy z półki. Po wyjściu ze sklepu możemy skierować się bezpośrednio do samochodu, a nie musimy pokonywać sporej trasy wewnętrznych korytarzy.

Zmiana trendów zakupowych klientów

Pomimo tego, że bardzo tęsknimy za spotkaniami towarzyskimi, zajęciami *fitness* czy tradycyjnymi zakupami w galerii, to może się tak zdarzyć, że wielu klientów nie będzie już tak często wybierało centrów handlowych jako miejsca do spędzania wolnego czasu. Zdecydowanie ważniejszą przyczyną tego będzie komfort zakupów przez internet i przyzwyczajenia nabyte



podczas zamknięcia sklepów niż strach przed drobnoustrojami, które są obecne praktycznie wszędzie, gdzie się poruszamy. Efektem tego będzie zwiększenie udziału e-commerce części branż handlowych. Jeśli się również weźmie pod uwagę rozwój branży technologicznej, to z pewnością powstaną firmy ułatwiające jeszcze bardziej zakupy przez internet. Z czasem powstaną nowe formy zakupów, nowe aplikacje do wirtualnego przymierzania ubrań oraz jeszcze bardziej uproszczona procedura zwrotów. Większość ekspertów wciąż jednak uważa, że zakupy przez internet nie wyprą całkowicie zakupów w sklepach stacjonarnych.

Nie ulega jednak wątpliwości, że doświadczeni skutkami pandemii przedstawiciele wielu firm będą ostrożniej podchodzili do wyboru lokalizacji ich punktów sprzedażowych czy usługowych. Z kolei klienci już zauważyli korzyści z zakupów w parkach handlowych, gdzie sklepy mają wejścia z zewnątrz, czasem praktycznie kilka metrów od zaparkowanego samochodu. To właśnie może być kuszące dla inwestorów i deweloperów obiektów handlowych. W takich miejscach najczęściej znajduje się bardzo duży parking, na którym klienci bez problemów znajdą miejsce do zaparkowania. Miejsca te zaspokajają potrzeby osób pragnących szybkich zakupów, ale

także tych, którzy muszą spędzić tam więcej czasu i odwiedzić kilka sklepów, chociażby ze względu na coraz częściej znajdujące się tam place zabaw, gdzie jeden z rodziców może spędzić czas z dzieckiem, podczas gdy drugi robi zakupy. Znajdzie się również coś dla osób szczególnie dbających o higienę i swój komfort, ponieważ sklepy w parkach handlowych są najczęściej na tyle duże, że podczas zakupów klienci mogą czuć się swobodnie.

Nowe elementy wyposażenia w obiektach handlowych

Niewątpliwym pozytywnym skutkiem pandemii koronawirusa jest większa świadomość ludzi dotycząca podstawowej higieny. Po wielu kampaniach edukacyjnych jesteśmy bogatsi również w wiedzę, jak zapobiegać rozprzestrzenianiu się wirusów i dokładniej myć ręce – i najprawdopodobniej u większości z nas zostanie ona na zawsze. Wśród standardowych już praktyk zarządców centrów handlowych znajdzie się także dezynfekcja powierzchni zarówno tych, których dotyczą klienci, jak i takich, których nie widzą gołym okiem, jak kanały wentylacyjne. Część ludzi bardzo upodobała sobie również korzystanie z płynów dezynfekujących po kontakcie z klamkami, po korzystaniu z wózków sklepowych czy po uściśnięciu rąk. Obecnie każdy obiekt handlowy jest

wyposażony w co najmniej kilka dozowników na płyn dezynfekujący. Te elementy użytkowe zostały od razu wyposażone w ekrany LCD, na których najemcy mogą wyświetlać swoje oferty – stały się więc zupełnie nowymi nośnikami treści reklamowych, które docierają do klientów w trakcie dezynfekcji rąk.

Całkiem nowym elementem, który pojawił się w galeriach są tzw. maseczkomaty. Te urządzenia wzorowane na wcześniejszych automatach do sprzedaży słodyczy i napojów miały już szlak przetarty przez branżę okulistyczną, która kilka lat temu wprowadziła swoje soczewkomaty ze szklami kontaktowymi. Aktualnie bez kontaktu z drugą osobą można się w nich zaopatrzyć w maseczkę jedno- i wielorazowego użytku, żel antybakteryjny czy lateksowe rękawiczki.

Coraz bardziej popularne stają się również ekrany reklamowe montowane przed kasami oraz przed wejściami do sklepów. Wyświetlane są na nich informacje i oferty dla osób czekających na wejście, przy ograniczeniu liczby obsługiwanych osób. Często reklamy na ekranach przeplatają się z informacjami na temat aktualnie obowiązujących obostrzeń, przypominające o maseczkach, dezynfekcji, odstępach oraz godzinach dla seniorów.