

Regata Čechy pro spokojené nákupy a služby v Praze

Ačkoli si to možná Pražané příliš neuvědomují, využívají možností nákupu a služeb jako každodenní samozřejmost v blízkosti svého bydliště zejména proto, že jim to ušetří čas i náma-
hu, ale i proto, že si na to zvykli. A je to právě společnost Regata Čechy, a.s., která se stará o to, aby v jejích nákupních centrech bylo lidem stále příjemněji a pohodlněji. Představitelé uvedené firmy dokážou spolehlivě odhadnout, jak se budou měnit potřeby a přání zákazníků a podle toho oslovují jednotlivé nájemce, a především přizpůsobují strategickou koncepci veškerých inovací v tomto směru. Jaký byl z pohledu Filipa Votruby, ředitele závodu Obchodní domy Regata, uplynulý rok?

Vlastníte a provozujete šest nákupních center v Praze. Čím se vyznačují a čím se liší ve svém poslání oproti těm největším zákaznickým arénám?

Nejde o nákupní centra v pravém, dnešním slova smyslu. Jednotlivé obchodní domy spadající do našeho závodu Obchodní domy Regata poskytují již dlouhá léta služby obyvatelům v jejich nejbližším okolí. Byly v sedmdesátých a osmdesátých letech dvacátého století vybudovány na pražských sídlištích a svůj nemalý význam si díky svému výhodnému umístění, v docházkové vzdálenosti, zachovaly do dnešních dnů. Rozlohou sice nemohou konkurovat současným nákupním centrům, avšak tím, jak jsou blízko svým zákazníkům, jejich význam v poslední době spíše ještě roste. V podstatě přesně totiž naplňují náš slogan Nákupy za rohem.

Jak si vede obchodní dům Ládví, který jste nedávno kompletně zrekonstruovali? Jak tuto investici hodnotíte vy a co v tomto místě zákazníci oceňují nyní především?

Po roce fungování „nového“ Obchodního domu Ládví je možné potvrdit, že rekonstrukce splnila svůj účel. Architektonicky povedenou stavbu z konce sedmdesátých let 20. století jsme přizpůsobili potřebám současných nájemců i nakupujících a zároveň zachovali její hodnotné prvky. Dokázali jsme využít přednosti prostorové velkorysých konstrukcí, ale zároveň zajistit standard, odpovídající dnešní době. Vznikl moderní sídlištní obchodní dům, který okolním obyvatelům nabízí široký sortiment zboží každodenní potřeby i služeb. Určitým hendikepem byla donedávna skutečnost, že se jednomu z nájemců nepodařilo včas otevřít samoobslužnou restaura-

ci a byla zde v provozu pouze kavárna. Od listopadu loňského roku je již ale v obchodním domě otevřena i restaurace KFC, která funguje k velké spokojenosti zákazníků i ostatních nájemců. Myslím si, že okolní obyvatelé vnímají tuto naši investici, resp. její výsledek, velmi pozitivně.

Oproti dřívějšímu zde kupující našli nové nájemce, nové značky, nové výrobky. Oč jste obohatili nabídku?

Máte pravdu, se změnou koncepce Obchodního domu Ládví se částečně změnila i skladba nájemců. Někteří z původních setrvali, především kotevní nájemce supermarket Albert, ale zůstala také například prodejna domácích potřeb, papírnictví a kadeřnictví. Naopak přibyla celá řada nových obchodů, jako je drogerie Rossmann, Scanquilt, Tom Tailor, Geco tabák, dětská obuv, květiny, prodejna a opravna mobilních telefonů a další.

Shání se dnes v porovnání s koncem tisíciletí ti, kteří by se v takových prostorách chtěli zabydlet, složitěji?

Struktura zájemců o nebytové prostory se opravdu částečně mění. Vnímáme větší zájem známých značek, které postupně rozšiřují svoji síť poboček a z velkých obchodních center jdou blíže ke svým zákazníkům, tedy i do našich obchodních domů. Naopak drobných živnostníků podle našeho názoru spíše ubývá.

Co je pro dobré jméno v takovém obchodním domě nejpodstatnější?

Pro Obchodní dům Ládví je kromě správného mixu nájemců podstatné, jak se v něm náv-



Filip Votruba, ředitel
Obchodní domy Regata

štěvníci cítí. Musí to být prostředí příjemné a přátelské, kde je možné si kromě obstarání všeho potřebného i odpočinout a setkat se. Vždyť stanice metra Ládví je současně přestupní stanicí pro návazné autobusové spojení do míst i za hranicí hlavního města. Proto jsme při přípravě rekonstrukce mysleli také na restauraci, kavárnu, kadeřnictví, solárium a také na komfortní a dostatečně dimenzované sociální zázemí.

Použil jste výraz „správný mix nájemců“, co si pod ním přesně představíte?

Vždy dbáme na to, aby složení prodejen a provozoven služeb v našich obchodních domech co nejvíce uspokojovalo potřeby obyvatel spádové oblasti. Aby si jednotlivé prodejny navzájem pomáhaly svojí atraktivitou. Žádané je dnes třeba papírnictví, domácí potřeby a nejlépe i s železářstvím, drogerie... A tomu jsme také přizpůsobili naši obchodní politiku, dnes jsme ochotni

výši nájmu zvýhodnit nejen velké plochy oproti malým, ale i atraktivitu sortimentu.

V menších objektech lidé nakupují ve větším klidu a pohodě, rychleji a věci spíše každodenní spotřeby. Jak ještě byste charakterizoval přednosti?

Ano, zákazníci využívají nabídky našich obchodních domů při cestě do zaměstnání, a hlavně při cestě ze zaměstnání domů. Je pro ně podstatné, že si pro nákup nemusejí daleko zacházet, v horším případě pro něj někam cestovat. Možnost pro každodenního nakupování mají přímo v bydlišti. V relativně malém a klidném obchodním domě najdou vše, co potřebují.

Byl rok 2019 úspěšnější než ty předchozí a lišil se určitými parametry od minulých?

Dnes je celkově úspěšná doba, zákazníci se nebojí utrácet a naši nájemci jsou vesměs velmi spokojeni. Sám minulý rok považuji za velmi úspěšný. Podařilo se nám Obchodní dům Ládví po celkové rekonstrukci otevřít v plánovaném termínu. Podařilo se nám ho naplnit kvalitními nájemci a celkově dobře využít jeho nový potenciál. Za další úspěch považuji otevření nové polikliniky v našem Obchodním domě Visla v Praze 8-Bohnicích. Tím došlo k výraznému zvýšení zájmu o toto místo a navýšení počtu návštěvníků.

Chystáte pro ten letošní nějaké novinky ve vašich obchodních domech?

Pro rok 2020 plánujeme pokračovat v modernizacích, zejména Obchodního domu Luka v Praze 5-Stodůlkách a Obchodního domu Centrum v Praze 4-Spořilově. Například ve spolupráci se společností Albert (dříve Ahold) Česká republika připravujeme v těchto objektech úpravy supermarketů do nových, moderních formátů. Jde o nové řešení supermarketu Albert, které bylo již s velkým úspěchem použito právě v Obchodním domě Ládví. Plánujeme i další...

za odpovědi poděkovala Eva Brixí



Albert ekologickou cestou k zákazníkům

Albert testuje prodej suchých potravin bez obalu. Zákazníci si mohou jednoduše sami navážít požadované množství luštěnin, ořechů a suchých plodů, ovesných vloček, kuskusu, pohanky či bulguru do papírových sáčků. V nabídce jsou nyní tři desítky druhů různých potravin. Pilotní projekt představil Albert v hypermarketu v pražských Nových Butovicích.

Ve speciálních násypnících v oddělení Zdravě s Albertem naleznou zákazníci suché potraviny jako luštěniny, oříšky, sušené ovoce, třtinový cukr, ale i kuskus, rýži a bulgur. Všechny produkty jsou navíc v bio kvalitě. Potřebné množství si nakupující sami odsypou do papírového sáčku, který opatří etiketou a zaplatí společně s celým nákupem u pokladny. Potraviny jsou do

speciálních násypníků doplňovány z papírových pytlů. Celý nákupní proces je tak 100 % bez plastu.

„Tematice obalových materiálů se věnujeme dlouhodobě. Vnímáme, že naši zákazníci mají o alternativní druhy obalů rostoucí zájem. Budeme si jim do budoucna stále více snažit nabízet alternativy obalů a případně bezobalový sor-

timent, ať už v oddělení ovoce a zeleniny, nebo jako v tomto případě u luštěnin a suchých potravin,“ řekl Jiří Mareček, ředitel komunikace obchodu Albert a dodal: „Zákazníci si mohou sami zvolit potřebné množství a odnést si ho v sáčku z recyklovaného papíru. Tato novinka se tak promítá nejen do úspor obalového materiálu, ale díky nákupu potřebného množství také do oblasti prevence plýtvání potravinami.“

Novinku Albert spustil v průběhu října v nově zrekonstruovaném hypermarketu v Nových Butovicích. O možném rozšíření projektu do dalších prodejen rozhodne zájem zákazníků. (tz)

