Zaostřeno na hypermarkety – maloobchod v ČR a příklad Brna

NESEHNUTÍ

Nezávislé sociálně ekologické hnutí

Brno, 19. října 2011

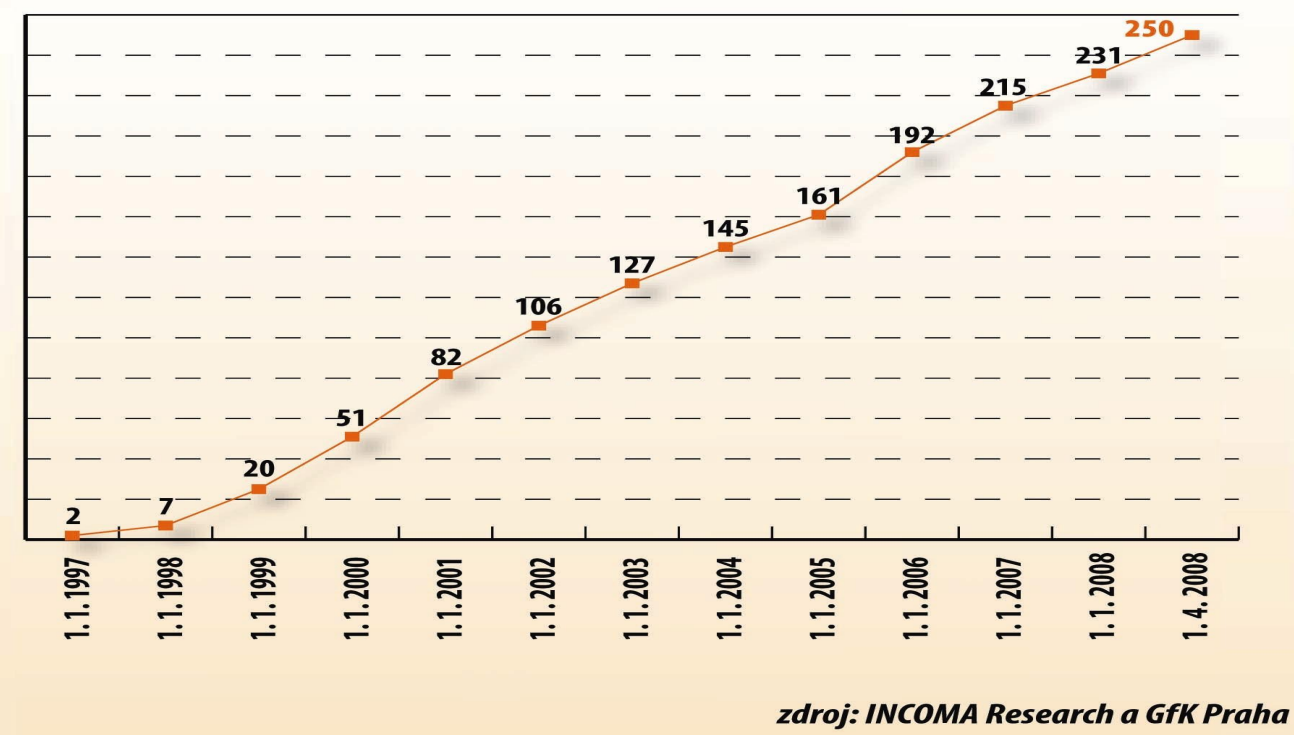
Definice a vývoj

- **supermarkety** (obchody s prodejní plochou 400 až 2 500 m^2, ve kterých převažuje nabídka potravin)
- **diskontní prodejna** (prodejní plocha 400 až 1 000 m^2, méně pestrý potravinářský sortiment)
- **hypermarket** (prodejní plocha nad 2 500 m^2, výrazný podíl nepotravinářského zboží)
- **shopping mall** (prodejní plocha větší než 5 000 m^2 , nákupní centrum s obchodními galeriemi apod.).
- **specializované odborné velkoprodejny** (Do It Yourself, hobby markety)

- první supermarket otevřen roku 1991 v Jihlavě
- první diskont otevřen v roce 1992 v Praze
- první hypermarket otevřen roku 1996 v Brně
- první shopping mall otevřen v roce 1997 v Praze
- první outlet otevřen roku 2007 v Praze

Expanze

- V polovině roku 2008 bylo na území ČR 250 hypermarketů a více než 1 300 prodejen supermarketů a diskontů.



Umístění

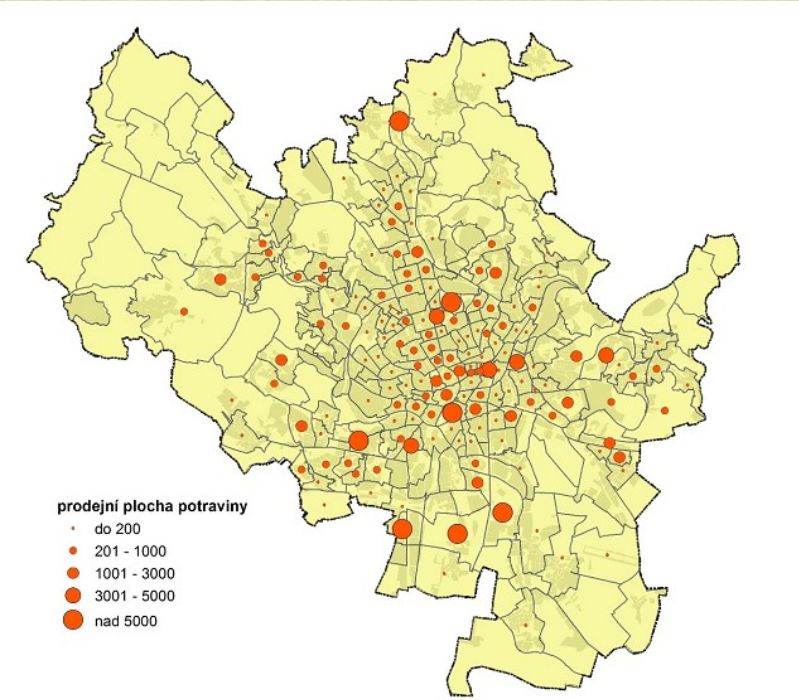
Prodejní plochy hypermarketů v krajích ČR na 1000 obyvatel
100
110
120
130
150
Liberecký
Královéhradecký
Pardubický
Středočeský
Olomoucký
Plzeňský
Vysočina
Zlínský
Jihomoravský
Jihočeský
SHOPPING CENTER & HYPERMARKET

Stav ke konci roku 2009

- v roce 2009 bylo v Brně 3 918 maloobchodních jednotek o celkové prodejní ploše 660 035 m^2
- došlo k růstu prodejní plochy, ale k úbytku prodejen
- zastavil se růst prodejní plochy i počtu nejmenších prodejen, naopak největší růst zaznamenaly prodejny nad 5 000 m^2 → 30% prodejní plochy
- stagnace non-stop prodejen a večerek, oproti tomu posilování diskontů, např. Lidlu
- nerovnoměrné rozložení velkých nákupních center
- koeficient vybavenosti je v Brně 1,78 m^2 prodejní plochy na obyvatele

Prostorové umístění

- koncentrace velkých nákupních center v severojižním směru

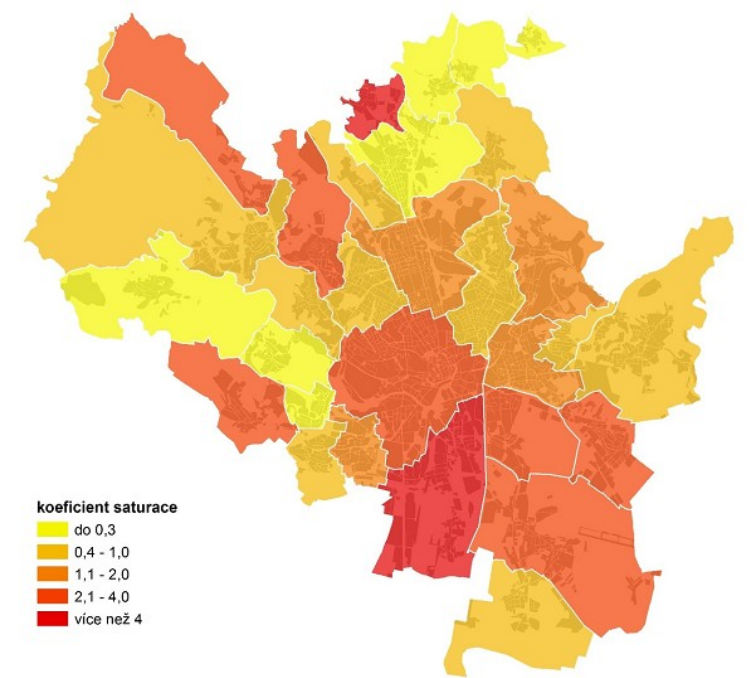


Obr. 4: Prodejní plocha potravin v m^2 za urbanistické obvody v Brně (2009)

NESE HNUTÍ

Prostorové umístění

- podvybavenost některých městských částí, naopak „přetlak“ nadregionálních nákupních center u jiných
- nerovnoměrná saturace prodejními plochami na území Brna



Obr. 7: Koeficient saturace za městské části v Brně v roce 2009

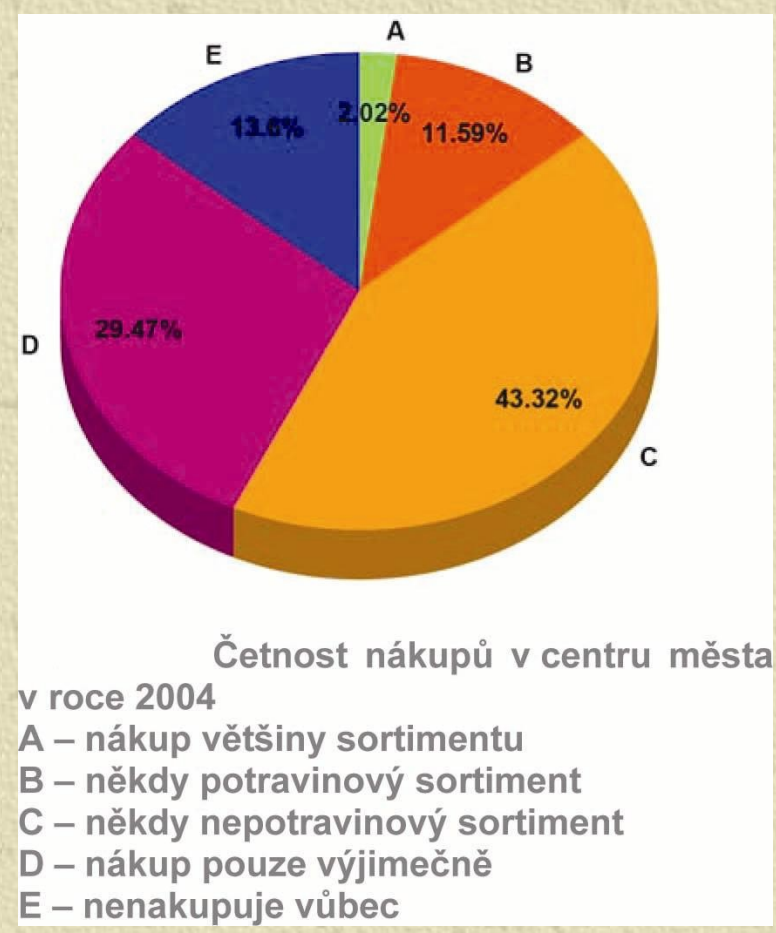
NESE HNUTÍ

Důsledky pro Brno

- 40% růst dopravy (oproti očekávanému růstu bez center) na D2 v důsledku otevření center Shopping Park a Olympia (r. 2000 ještě před expanzí Olympie)
- kumulace velkých center na „zelené louce“ a mimo přímou vazbu na obytná území
- další expanze nákupních center na jihu Brna
- plány na nová nákupní centra na severu Brna

Důsledky pro Brno

- **Centrum města přestává plnit roli nákupního místa**



Četnost nákupů v centru města v roce 2004
A – nákup většiny sortimentu
B – někdy potravinový sortiment
C – někdy nepotravinový sortiment
D – nákup pouze výjimečně
E – nenakupuje vůbec

NESE HNUTÍ

Důsledky pro Brno

- Centrum města přestává plnit roli nákupního místa
  - ubylo přes 500 obchodů (2006-2009)
- 16 z 29 městských částí – nedostatek obchodů
- 1/3 obyvatelstva Brna to má do obchodu více než půl kilometru
- svou „prodejnu na rohu“ (do 200 metrů od domu) má pouze 19 % obyvatel a obyvatelek Brna

Postoje veřejnosti

- 27 % občanů ze zkoumaných brněnských městských částí už nechybí žádný další obchod
- 41 % občanů chybí jen menší specializovaná prodejna, menší samoobsluha či večerka
- 72 % Brňanů vadí velká koncentrace nakupujících v hypermarketech
- dvě třetiny nakupujících v brněnských hypermarketech využívají k nákupu osobní automobil

Bauhaus Brno-Ivanovice

- hobby market o rozloze cca 20 000 m^2 + 20 000 m^2 ploch pro komunikace
- 488 parkovacích míst
- nárůst dopravy (1 500 osobních a 10 těžkých nákladních vozidel)
- 30-40 metrů vysoký reklamní pylon
- kácení 82 stromů a keřů
- nesouhlas více než 72% místních obyvatel se stavbou + větší prodejní plocha než připouští územní plán
- plánovaná stavba prodejny Makro v těsném sousedství hobby marketu
- územní rozhodnutí
  - vydáno v rozporu s územním plánem

Bauhaus Brno-Ivanovice

NESE HNUTÍ

Bauhaus Brno-Ivanovice

- nezákonně vydán certifikát autorizovaného inspektora
- aktuálně – zastavení stavby předběžným opatřením
- navážení zboží do skladu
- načerno budované osvětlení
- stavba prakticky dokončena, nesmí být zkolaudována

- více o případu na www.ekobrana.cz

Brno v akci

- kampaň za rozvoj pestré sítě obchodů
- cíl - prosadit do ÚP pravidla pro umisťování nákupních ploch
- prostředky:
  - petice (4 600 podpisů)
  - námitka zástupce veřejnosti + připomínky veřejnosti
  - veřejný tlak - e-maily zastupitelstvu, pohlednice...
  - veřejné besedy
  - doprovodná informační kampaň
  - facebook

NESE HNUTÍ

Námitky ke konceptu ÚP

- zpřesnění regulativů pro plochy X (plochy pro nákupní centra)
- vyloučení výstavby nákupních center z ostatních typů ploch

Návrh pravidel pro rozvoj maloobchodu na území města Brna (revidovaný podle oponentní studie)

http://brno.hyper.cz*/navrh_pravidel_upmb_final.pdf*

Námitky ke konceptu ÚP

Námitka 1 (na základě věcně shodné připomínky nejméně 200 osob obce (252 osob))

Vzhledem k tomu, že v konceptu je pro nákupní centra vymezena plocha X, požadujeme:

Aby v Návrhu Územního plánu města Brna byla výslovně vyloučena výstavba nákupních center (myšleno výstavba maloobchodních provozoven všech typů s prodejní plochou nad 400 m2, výstavba více než 20 parkovacích stání pro účely prodejny) ze všech ostatních typů ploch (a samozřejmě ponechána možnost prodejen do 400 m2 prodejní plochy v typech ploch kde je maloobchodní využití přípustné).

Aby v Návrhu Územního plánu města Brna byl v plochách C a W snížen limit pro prodejní plochu v „podmíněně přípustném“ využití na úroveň v „přípustném“ využití a to bez ohledu na přijetí odstavce (1) této námitky.

Aby v Návrhu Územního plánu města Brna v plochách X byla snížena maximální přípustná prodejní plocha (tento pojem musí územní plán přesně definovat) pro maloobchodní i velkoobchodní prodej na 2 500 m2 a maximální počet parkovacích stání v ploše X pro účely prodejen na 125 (s omezením na maximálně 20 % parkovacích stání na povrchu, zbytek parkovacích stání musí být umístěn v půdorysu budov).

Aby v Návrhu Územního plánu města Brna byl zaveden měřitelný parametr pro začlenění staveb na ploše X do okolní zástavby.

Aby v Návrhu Územního plánu města Brna byl zvýšen podíl zeleně v ploše X (a zároveň pro jednotlivé pozemky v těchto plochách) z 10 na 30 %.

Aby v Návrhu Územního plánu města Brna byly stavby v plochách X v souladu s odst. 1. § 117 zákona č. 183/2006 Sb., o územním plánování a stavebním řádu a části I. odst. 2 písm. f přílohy č. 7 k vyhlášce č. 500/2006 Sb., o územně analytických podkladech a územně plánovací dokumentaci označeny jako nezpůsobilé pro zkrácené stavební řízení.

NESE HNUTÍ

Námitky ke konceptu ÚP

Námitka 2 (na základě věcně shodné připomínky nejméně 200 osob obce (252 osob))

Požadujeme v Návrhu Územního plánu města Brna odstranění/vyloučení konkrétních Konceptem (nebo některými z jeho variant) nevhodně navržených ploch na území města Brna:

Požadujeme odstranění všech ploch X v Brně-Ivanovicích mimo pozemky s platným územním rozhodnutím na výstavbu nákupních center.

Požadujeme odstranění plochy X při výjezdu z Brna ve Slatině u přetížené dálnice D1.

Požadujeme ponechání nezastavitelné plochy (dle Varianty 1)místo nové plochy X pro rozšíření Avion Shopping Parku u křižovatky dálnic D1 a D2.

Požadujeme neumisťování plochy X (Varianty 2 a 3) pro rozšíření nákupních kapacit vedle stávajícího nákupního centra Futurum při ulici Vídeňská.

Požadujeme umístění plochy zeleně (dle Varianty 2) místo nové plochy X v severním cípu Černovické terasy při ulici Černovické.

Požadujeme odstranění plochy X při ulici Novolíšeňská, u tramvajové zastávky Novolíšeňská.

Požadujeme odstranění plochy X při ulici Kníničské u stávajícího hobbymarketu OBI.

Požadujeme ponechání zemědělské plochy (dle Varianty 3) místo změny na plochy W a E v Brně-Ivanovicích v lokalitě mezi silnicí I/43 a ulicí Černohorskou.

NESE HNUTÍ

Košíky útočí

- současnost – zpracovávání došlých námitek a připomínek po fázi konceptu ÚP
- rozpoutání veřejné diskuze pomocí nových médií
  - facebook, twitter, ushahidi mapa
  - veřejné akce – flash moby

NESE HNUTÍ

kampaň za rozvoj pestré sítě obchodů

NESE HNUTÍ

Děkuji za pozornost!

Prezentace byla připravena s využitím těchto zdrojů:

- *Útvar hlavního architekta Magistrátu města Brna: Problematika velkých nákupních center: Regulace, nebo liberalizace?, květen 2001.*
- *Výzkumné centrum regionálního rozvoje MU v Brně: Spotřební chování obyvatelstva v Brně, říjen 2004.*
- *Masarykova univerzita, Centrum pro regionální rozvoj: Průzkum maloobchodní sítě na území města Brna, prosinec 2006.*
- *Masarykova univerzita, Centrum pro regionální rozvoj: Průzkum maloobchodní sítě na území města Brna, listopad 2009.*

hyper.cz brno.hyper.cz

www.ekobrana.cz

Lukáš Lyer
NESEHNUTÍ
lukas@nesehnuti.cz