

- CREN - Croatian Real Estate Newsletter

filipović
business advisory ltd.

Broj 27, lipanj 2008.

POKROVITELJI CREN-a



SADRŽAJ

1. INTERVJU dipl.ing.arh. Dario Travaš, Direktor, ATP projektiranje d.o.o. Zagreb...	2
2. REAL VIENNA 2008.....	10
3. STATISTIKA	
3.1. Prosjek traženih cijena nekretnina u prodaji – lipanj 2008.....	15
3.2. Statistička priopćenja Državnog zavoda za statistiku iz područja građevinarstva.....	15
3.2.1. Indeksi građevinskih radova u travnju 2008.....	15
3.2.2. Izvršeni građevinski radovi, narudžbe I stambena gradnja u prvom tromjesečju 2008., pravne osobe s 20 i više zaposlenih.....	16
4. PRESSCLIPPING	
4.1. I u sljedećih pet godina banke će najviše financirati stanogradnju.....	16
4.2. Vijesti u regiji.....	18
5. ODRŽALO SE.....	20
6. NE PROPUSTITE.....	21

TEME BROJA:

dipl.ing.arh. Dario Travaš
direktor
ATP projektiranje d.o.o. Zagreb

NOVI TRENDVI U RAZVOJU TRGOVAČKIH CENTARA

1. INTERVJU

dipl.ing.arh. Dario Travaš

**direktor
ATP projektiranje d.o.o. Zagreb**



NOVI TRENDVI U RAZVOJU TRGOVAČKIH CENTARA

**Ukratko našim čitateljima izložite
Vaš stvaralački opus.**

Bavljenje arhitekturom započeo sam studirajući na Arhitektonskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu. To je bilo sada već davnih osamdesetih godina prošloga stoljeća, u doba dok smo s jedne strane slušali o post-modernim stambenim zgradama Roba Kriera ili Ricarda Bofilla, a istovremeno upijali teoretske postulate hrvatske i svjetske klasične moderne na predavanjima prof. Nevena Šegvića.

Diplomski rad izrađen u klasi prof. Nikole Filipovića zatvorio je krug umjetničkih i znanstvenih spoznaja o svemu onome što mi svi zovemo Zagrebačka škola arhitekture.

To je bila podloga odnosno osnovni impuls za buduću orijentaciju i opredjeljenje u arhitekturi.

Nakon diplome kratko sam ostao vezan za matični fakultet radeći u „Zavodu za arhitekturu“. Istovremeno sam se upisao na postdiplomski studij na Tehničkom sveučilištu u Beču.

Slijedeće godine bile su posvećene djelovanju unutar arhitektonskog ureda „Neumann und Partner“, u kojem sam radeći kao projektant na mnogobrojnim projektima, otvorio vrata fantastičnog svijeta arhitekture.

Iz toga doba, kao svojevrsni „highlight“, izdvojio bih dobiveni natječaj za Uniqa-tower u Beču. To je poslovni toranj koji svojim oblikovanjem, funkcionalnošću i tehnološkom razinom predstavlja svojevrsnu vertikalnu gestu, smještenu na urbanom sjecištu najvažnijih bečkih vizura: Prater – Ring.

Osim toga, česta praksa bila je i izrada projekata na kojima je sudjelovalo nekoliko arhitektonskih ureda. Natječaj za Operu u Pekingu radili smo s uredom Hansa Holleina. Kao mladi projektant u intenzivnom i dinamičnom radu sa velikim majstorom (Pritzkerova nagrada 1985 god.) oblikujući prostore velikog teatra, oblikovao sam i vlastito, zarazno, neprolazno, emocionalno i umjetničko oduševljenje arhitekturom.

Prije tri i pol godine prihvatio sam ponudu tvrtke ATP-architects / engineers i pristupio toj najvećoj srednjoeuropskoj projektantskoj kući. Privukao me visoki niveau profesionalnosti i organiziranosti ove interdisciplinarne tvrtke, kao i činjenica da je moguće unutar vlastite kuće, pod jednim krovom, simultano i kreativno stvarati sa svim sudionicima u procesu projektiranja. Složene i inteligentne građevine gotovo je nemoguće projektirati bez svojevrsnog kooperativnog networka, bez timskog rada arhitekata i inženjera udruženih unutar jedne projektantske tvrtke.

Moje sadašnje obveze direktora zagrebačke podružnice ATP-a i voditelja projektantskog dijela arhitekture i designa u Beču i Zagrebu nastale su kao logički slijed procesa, koji je proizašao iz samog principa projektiranja kompleksnih građevina.

Naime primjer takvog djelovanja je i Shopping centar Zagreb alias West Gate za kojega je idejni projekt nastao unutar moje bečke grupe projekatana, a svi poslovi koordinacije podloga i ishođenja svih potrebnih suglasnosti nastali su naravno u Zagrebu.

Rezultat ovakve interdisciplinarne suradnje arhitekata i inženjera, te mogućnost korištenja znanja i kapaciteta cijelog ATP koncerna je dobivena građevinska dozvola za objekt veličine 228.000 m³ BRP.

Zagrebački i bečki ATP surađuju i na dva slijedeća trgovačka centra u Hrvatskoj, te na izradi idejnog rješenja svojevrsnog auto-citya. To je dinamična građevina u kojoj se nalaze saloni nekoliko proizvođača automobila, stanica za tehnički pregled vozila itd.

Veseli nas činjenica da je počela izgradnja hotela u Tirolu za kojeg smo dobili prvu nagradu na pozivnom internacionalnom natječaju. Ideju za ovu kuću dobio sam na skijanju, promatrajući konzolne istake usječene u brda za zaštitu od lavine. Ovo artificijelno „low impact“ oblikovanje ispunjava svoju funkciju, ali ne narušava optiku prirodne ravnoteže.

Hotel je oblikovan kao organska građevina koja je nastala kao produžetak piste. Ispod piste nalazi se 150 soba, restoran itd. Skijaškom stazom dolazi se do sky-bara i spremišta za skije smještenih na krovu.



Hotel Doischberg, Tirol

Paralelno uz obaveze vezane za velike projekte nastao je i design namještaja za sjedenje: kornata 3S. To je namještaj namijenjen velikim javnim prostorima, kao što su lobby-i poslovnih kuća i hotela, šetnice malla trgovačkih centara itd. Svojom tipologijom „kornata“ predstavlja prelazni oblik između klupa u parku i sofe u dnevnom boravku. Forma ovog



namještaja, odnosno početna inspiracija, proizlazi iz krajolika organskih formi razbacanih otoka kornatskog arhipelaga, pa sam je projektirao kao dio tipične hrvatske priče. Kornata 3S je zaštićeni design pri europskom patentnom zavodu i biti će sastavni dio mobiliara u našim kućama, kao zadnja točka u procesu „total designa“.



Među projektima je i Shopping centar Zagreb koji je počeo nedavno s izgradnjom u Zaprešiću. Koji su sljedeći koraci u tom projektu?

Nakon ishođenja pravomoćnosti građevinske dozvole započeli smo s izgradnjom trgovačkog centra West gate u Zaprešiću. Za izgradnju građevine ovakvih dimenzija potreban je simultani i koordinirani rad svih sudionika u procesu gradnje, a predviđa se broj od 6.000 građevinskih djelatnika. Nakon radova na poboljšanju tla, slijedi izgradnja betonskih dijelova zgrade. To je faza u kojoj zgrada počinje dobivati svoje stvarne konture. Ne samo točnost i preciznost gradnje prema vrhunskim europskim standardima, nego i pridržavanje zadanih rokova, najveći su prioriteti u izgradnji ovog trgovačkog centra.

Kao arhitektu, koja su Vaša zaduženja u tom projektu? Po čemu

se ovaj projekt razlikuje od ostalih projekata koji su u najavi ili su započeli s izgradnjom u okolini Zagreba?

Moja zaduženja kao glavnog projektanta Shopping centra Zagreb definirana su „Zakonom o prostornom uređenju i gradnji“. Veličina i složenost ovog projekta, kao i količina ostalih projekatana u procesu gradnje podcrtava ozbiljnost i složenost situacije. Projektni zadatak za izradu Shopping centra Zagreb bio je izgraditi trgovački centar superlativa: površinom najveći, sadržajem najinteresantniji, funkcionalno najorganiziraniji. Specifičnost ovog centra je uvjetovana i njegovim smještajem. Naime građevina je, zbog omeđenosti parcele autocestom i zagorskom magistralom, vidljiva i saglediva na svim pročeljima. Kako je namjera bila sva pročelja jednako vrijedno tretirati, opskrba je

riješena iz samog središta centra preko velikog opskrbnog dvorišta. Kamioni i opskrba vozila „potonu“ u cca. 200 m dugi tunel i „izrone“ u sredini kuće.

Prostori centra nisu namijenjeni samo trgovinama, već se ovdje zbog raznolikosti sadržaja, može govoriti o svojevrsnom multi-funkcionalnom centru (dječja igraonica od cca 4.000

m², klizalište, kuglana, biljar, dječji vrtić itd.)

Inspiraciju za oblikovanje pročelja pronašao sam u ogromnoj umjetničkoj instalaciji gospodina Bušića, koji je pulsku arenu omotao crvenom kravatom. Kako bih građevinu ogromnih dimenzija „držao“ u jednoj cjelini, omotao sam cjelokupnu formu kravatom od poluprozirnog materijala (rupičasti lim) i učinio cijelu građevinu „a la croat“.



Vizualni identitet trgovačkog centra u Zaprešiću

Da li Vaš posao u određenom projektu započinje nakon odabira lokacije i osnovnih parametara shopping centra ili su arhitekti uključeni i u fazi odabira lokacije i osnovnih parametara?

Ugovori arhitekata, kao sudionika u gradnji, imaju redovito i stavku u kojoj je definirana lokacija i projektni zadatak pojedinog objekta. Kako bi se taj proces što potpunije i profesionalnije pripremio ATP-konzern je osnovao vlastitu tvrtku „RedServe“ kako bi organizirao vlastite specijaliste,

koji će rješavati upravo ta pitanja i koji su uključeni u najranijoj fazi izrade osnovnih parametara za postavljanje isplativosti pojedinih projekata. Arhitekti iz naše kuće sudjeluju samo kao savjetnici u tom ranom procesu.

ATP sudjeluje u još nekoliko shopping projekata u Hrvatskoj? Riječ je o projektima u Rijeci, Varaždinu.

Normalni razvoj projekata shopping

centara u svakoj tranzicijskoj zemlji je da se oni najprije grade u metropoli, odnosno u glavnom gradu. Nakon toga ide druga faza, odnosno realizacija shopping projekata u regionalnim središtima. Kako ni Hrvatska nije bila iznimka u razvoju takvog retail procesa, sudjelujemo na nekoliko vrlo interesantnih projekata. Zapadni trgovački centar u Rijeci nastao je na vrlo inspirativnoj parceli omeđenoj s južne strane rafinerijom, tvornicom Torpedo i brodogradilištem, a sa sjeverne strane velikim stambenim blokovima. Budući da je topografija

parcele vrlo dinamična, sa platoa trgovačkog centra pruža se pogled na cijeli Kvarnerić. Tlocrtni gabariti građevine određeni su detaljnim urbanističkim planom. Pogled prema Istri, Cresu sa svojim nestajućim obrisima planina Ćićarije „prebacili „ smo u vektorsku grafiku i upotrijebili kao osnovni element oblikovanja plastike krova, ovog tlocrtno izduženog centra. Industrijsko oblikovanje cjelokupnog volumena svakako asocira na porinuća ogromnih brodova u obližnjem brodogradilištu, koja su mi ostala u sjećanju iz djetinjstva.



Vizualni identitet trgovačkog centra u Rijeci

Varaždinski shopping centar

Varaždinski shopping centar smješten je na istočnoj obilaznici, pristupnoj cesti gradu Varaždinu. Zamišljen je kao kompaktna građevina koja svojim koncentriranim oblikovanjem ispunjava inteligentnu funkciju. Poput oblikovanja mobilnog telefona ili I-Poda nema viška formi koje nisu u službi funkcije. Velika ispružena gesta prema prometnici koju čini parkirna platforma, nošena željeznim stupovima ujedno je

i nadkrivena streha ulaza u centar. Lifestyle plakati oslikani iznad ulaza svjetleći su odraz zbivanja u unutrašnjosti centra. Lebdeći kubusi tehničkih uređaja krovišta i veliki stakleni svjetlici pridonose dinamici parkirne krovne površine. Paleta boja za oblikovanje fasade digitalizirani su kolori preuzeti iz prekrasnih ulja varaždinskog slikara Miljenka Stančića.



Vizualni identitet trgovačkog centra u Varaždinu

Navedeni projekti su puno manjih dimenzija od projekta u Zaprešiću. Osim veličine postoji li razlika u konceptima navedenih projekata?

Regionalni centri su veličine između 30 do 60 tisuća m², a koncepti pojedinih centara proizlaze iz konfiguracije same parcele, te optimiranja pojedinih funkcionalnih sadržaja u tlocrtu. Npr. Centar u Rijeci je zbog izduženosti parcele tipičan "dog-bone" shopping centar u obliku kosti, gdje se na krajevima malla nalaze tzv. magneti, odnosno trgovine koje svojom veličinom i

sadržajem privlače posjetitelje s jednog kraja na drugi kraj centra. U Varaždinu se radi o tlocrtnoj dispoziciji kružnog malla, koji u svojoj sredini ima male trgovine, a na „uglovima“ centra najčešće dvoetažne magnetete.

Koliko je vanjski izgled shopping centra važan za uspjeh samog projekta? Da li više pažnje kao arhitekta pridodate vanjskom ili unutrašnjem izgledu shopping centra?

7

Shvaćajući arhitekturu kao estetski odraz praktične stvarnosti, odnosno nakon zadovoljenih svih statičkih, funkcionalnih i ekonomskih parametara kod građevina, razvija se određena dodatna vrijednost - arhitektura. Arhitekturu je nemoguće dijeliti na vanjski i unutarnji izgled, već je kuća jedna prostorna cjelina, projektirana iznutra prema van i izvana prema unutra. Arhitekti, stvarajući nove prostore, snose socijalnu odgovornost za svoj rad, jer je taj rad vidljiv i ostaje slijedećim generacijama, koje će nas ocjenjivati prema našim današnjim građevinama. Robne kuće neka su vrsta muzeja, svojedobno je izjavio Andy Worhol. Na tragu njegove tvrdnje leži i današnja učestala konzumacija shopping centara, koji simboliziraju i kreiraju lifestyle svojim posjetiteljima.

Da li sami određujete jedinice (lokale) unutra shopping centra ili surađujete s budućim „tenantima“ na unutrašnjem konceptu projekta?

Osnovni „lay out“ i tlocrtnu dipoziciju trgovačkih centara projektiramo prema predloženom projektom zadatku investitora. Nove koncepte stvaramo na osnovi našeg projektantskog iskustva za ovu vrstu građevina. Iznajmljivanjem trgovina bave se za to specijalizirane tvrtke i nakon konkretnih predugovora trgovine poprimaju konačni izgled i veličinu unutar formirane arhitekture centara. Iznimno za sasvim velike magnetne unutar centra nudimo projektantsku suradnju i podršku.

Koliko se mijenjaju trendovi u izgradnji shopping centara?

Kao član ICSC-a (International Council of Shopping Centers) sudjelujem na mnogim kongresima i stručnim manifestacijama vezanim za tematiku trendova i smjernica razvoja shopping centara. Uloga arhitekta u oblikovanju novih trendova od presudne je važnosti, jer je retail tipologija posebna disciplina u funkcionalnom smislu. Govori se o power centrima, o shopping city-ima, o lifestyle centrima itd. Bečki ATP projektirao je trgovački centar Murpark u Grazu, za koji smo prije dvije godine u Francuskoj dobili prestižnu nagradu, kao drugi najbolji shopping centar na svijetu, smješten na prometnom središtu. Naime radi se o konceptu ogromnog krovništva ispod kojeg su smješteni kubusi pojedinih dućana. Posjetitelj se kreće vanjskim prostorom između dućana, koji je u smislu upotrebe materijala dizajniran kao pješačka ulica. Centar ima direktni pristup s autoputa, ogromnu garažu paralelnu s trgovačkim centrom, te tramvaj koji prolazi kroz mall, te ima stanicu unutar prostora centra.

Važna je tema i održivost građevina u tehnološkom i ekološkom smislu. U ATP-u smo osnovali poseban tim stručnjaka koji se bavi tom tematikom.

Postoji li razlika u konceptima shopping centara u Americi i Europi, odnosno zapadnoj i istočnoj Europi?

Otac američkih shopping centara iz 50-tih godina je Europljanin, Austrijanac Viktor Gruen.

Projektirao je kraj Detroita shopping centar u kojem posjetitelj nije samo u funkciji potrošača, već centar pruža i mnoge druge funkcije karakteristične za europske urbane centre. On je bio izumitelj tzv. shopping malla, koji osim trgovačkih nudi i kulturne i sportske sadržaje, koji predstavljaju poboljšani centar grada (down town), okružen parkovima, sportom i javnim funkcijama. Budući da se u Europi trgovački centri nalaze uvijek u i na rubu urbanih središta, nota socijalnog i društvenog sastajanja nije presudna kao u Americi. Što se tiče istočne i zapadne Europe, mišljenja sam da je istočna Europa u određenoj prednosti, jer je moguće graditi i razvijati samo dobre, na zapadu isprobane koncepte.

Koji sve parametri utječu na razvijanje koncepta pojedinog shopping centra? Na njegovu veličinu, broj lokala?

Veličina i koncept pojedinog shopping centra proizlazi iz studije ekonomske opravdanosti tzv. feasibility studije, na koju utječu razni parametri koji definiraju točne pretpostavke koje su potrebne za početak arhitektonskog projektiranja. Takve studije, kao što je prije spomenuto, izrađuje za ATP koncern, vlastita tvrtka: Red Serve. Osim toga, za sve parcele u pravilu postoje planovi prostornog uređenja koji definiraju maksimalnu veličinu objekta, broj parkirnih mjesta, zelenilo itd. Lokacija samog shopping centra, blizina urbanog središta, infrastruktura, razvojni stupanj sredine, kulturološke navike stanovništva, kupovna moć, itd., sve su to parametri koji se razmatraju u procesu razvoja koncepta shopping centra.

Sve je istaknutiji trend regionalnih shopping centara za razliku od gradskih shopping centara? Kako tumačite takve nove trendove?

Za gradske trgovačke centre osnovna je tema definiranost same parcele u tkivu grada, odnosno tematika automobilske prometne povezanosti. Naš trgovački centar u Zaprešiću ima npr. 6.000 parkirnih mjesta, a u doba dok smo počeli projektirati dobili smo za usporedbu informaciju da cijeli grad Zagreb ima oko 9.000 registriranih naplatnih parkirnih mjesta. Gradeći regionalni centar izvan gradskog središta moguće je maksimalno optimirati sve njegove funkcionalne dijelove i tako pridobiti protok posjetitelja iz šireg područja. Gradske parcele omeđene su postojećim izgrađenim blokovima koji ograničavaju dimenzije i utječu na funkcionalne sadržaje centara, a bitna je i tema interpolacije unutar gradskih prostornih struktura. Razlika je i u broju etaža, naime u gradu se u pravilu grade centri s više etaža nego regionalni centri koji svojom dimenzijom optimalno barataju prostorom u dvije etaže. Naravno, postoje i iznimke. Na primjer, Bullring u Birminghamu je gradski centar ogromnih dimenzija, koji nastavlja urbanitet gradskih blokova unutar centra grada i unatoč tome posjeduje optimalno projektiranu garažu u podrumima zgrade.

Parkirna mjesta su uvijek predmet rasprave u projektima shopping centara? Postoje li određeni parametri, odnosno minimalni brojevi parkirnih mjesta po metru kvadratnom shopping centra koji trebaju biti zadovoljeni u pojedinom projektu?

Često se u planovima prostornog uređenja susrećemo s brojem od 40 parkirnih mjesta na 1.000 m² BRP-a. To je po mojem mišljenju maksimalna gornja granica.

Da li ATP u Hrvatskoj i izvan Hrvatske sudjeluje u projektima koji nisu trgovački projekti? O kakvim je projektima riječ?

Osim trgovačkih centara i multifunkcionalnih središta naša specijalizacija su i poslovne zgrade, te zgrade za proizvodnju. Mnogobrojni su primjeri zgrada prehrambene industrije. U portofoliu ATP-a nalaze se i projekti hotela i zgrada za zdravstvo, kao i istraživački laboratoriji i istraživačka središta. Projektirane su i izvedene tvornice kompjuterskih čipova. Veliki značaj pridajemo i logističkim centrima. Često izrađujemo i master planove za velike intervencije u prostoru. Teško je spomenuti sve projekte na kojima se paralelno radi i zato Vas pozivam na našu web stranicu: **www.atp.ag**

2.DOGAĐAJ



REAL VIENNA 2008

Od 27. do 29. svibnja 2008. godine održan je treći po redu sajam „Real Vienna 2008“ u *Messe Wien*. Na ovogodišnjem sajmu „Real Vienna 2008“ svoje projekte predstavilo je 326 izlagača iz 27 zemalja. Sajam je posjetilo 9.800 sudionika. Najveći broj izlagača bio je iz Rusije, zatim iz Poljske, Češke, Rumunjske i Ukrajine. Najviše sudionika koji su posjetili sajam bilo je iz Njemačke, zatim iz Češke, Rusije, Mađarske, Rumunjske, Poljske, Slovačke, Srbije i Ukrajine. Ove godine došlo je do povećanja broja izlagača od 31% i 27% povećanja broja sudionika u odnosu na prijašnju godinu. Uspjeh sajma, po riječima Matthiasa Limbecka, odgovornom rukovodiocu tematske oblasti, leži u jasnom opredjeljenju sajma na područje zemalja Središnje i Istočne Europe.

Uz sajamski dio organiziran je i dio predavanja. U sklopu takozvanih



rasprava „Property talks“ sudionici su mogli prisustvovati tribinama na kojima

su predavači bili međunarodni stručnjaci iz središnje, istočne i jugoistočne Europe. Tribine su bile podijeljene na teme „Cities & Regions“, „Investment & Services“ i „Projects & Special Markets“.

Ugledne tvrtke prisustvuju sajmu

Među ovogodišnjim izlagačima nalaze se i brojni, novi poduzetnici iz regije Središnje i Istočne Europe. Primjerice Besix (Belgija), Global Real Estate (Bugarska), Aareal Bank (Njemačka), Utlimate Montenegro (Velika Britanija), Oriental Real Estate (Kazahstan), Mirzon Investment (Nizozemska), Rödl & Partner (Poljska), Cagead Intermed (Rumunija), Opera Reform Alfa (Slovačka Republika), LC Streetracing-Invest (Ukrajina) i Orco Property Group (Luksemburg).

Zvučna imena iz industrije kao što su Immofinanz AG, Immoeast AG, Eurohypo AG i TRIGRANIT Development Corporation također su bili prisutni.

Regije i gradovi zastupljeni na sajmu

Posebnu zainteresiranost za sajam Real Vienna pokazali su gradovi i regije područja Središnje i Istočne Europe. Jedan od gradova je grad Bratislava.

Beč i Bratislavu ne veže samo vodena prometnica 'Dunav' nego su od kraja 2007. godine izravno povezani i autoputom. To je bio bitan korak u pogledu na infrastrukturu s obzirom da je Bratislava poslije Praga druga po bogatstvu kada je riječ o novim zemljama članicama Europske Unije iz 2004. godine.

Na ovogodišnjem sajmu prisustvovali su također gradovi Zagreb, Bukurešt i Beograd.

Češka je svoju nazočnost pojačala prezentacijama nekolicine gradova i regija, na primjer prezentacijom Južne Bohemije, regije Hradec Kralove, Vysočine, Pilsena, regije Karlovy Vary, te gradova Mosta i Brna kao i prezentacijom regionalne vlasti Usti.

Gyoder je udruga turskih tvrtki koje se bave investiranjem u nekretnine. Već protekle godine Gyoder je bio jedan od izlagača na sajmu Real Vienna. Ove godine pojačani su prisustvom brojnih ključnih igrača iz turske industrije nekretnina sa kojima su zajednički izlagali.

Grad Zagreb i Jadran predstavljeni su preko Hrvatske gospodarske komore. Nekoliko agencija za nekretnine predstavilo je svoje projekte na hrvatskom štandu.

“Central European Architectural Academic Awards” 2008

U sklopu programa „Real Vienna 2008“ bila je dodjela nagrade studentima arhitekture iz zemalja središnje Europe. Međunarodni natječaj se odnosio na sve studente arhitekture koji studiraju na fakultetima zemalja središnje i istočne Europe. Natječaj se održavao po prvi put u sklopu održavanja sajma Real Vienna 2008, a pod nadzorom INVI-ja (Investment

Vision and Environments). Raspisom ovog natječaja studentima i apsolventima odabranih fakulteta pruža se jedinstvena prilika da prikažu svježe perspektive za razvitak njihovih gradova. Pozvani su studenti iz zemalja kao što su Bjelorusija, Bugarska, Češka Republika, Estonija, Hrvatske, Letonija, Litvanija, Mađarska, Poljska, Rumunija, Rusija, Srbija, Slovačka, Slovenija, Turska, Ukrajina i ostalih zemalja središnje i istočne Europe.

Izvrсна popratna događanja

Na ovakav izvanredni odaziv očito je utjecala kvaliteta popratnih događanja. To uključuje 44 panela rasprave sa stručnjacima, pod nazivom 'property talks' ('razgovori o nekretninama') koje je organizirala izdavačka kuća GEWINN u suradnji s Reed Exhibitions Messe Wien. Dr. Georg Wailand, direktor izdavačke kuće GEWINN, izjavio je „Nazočnost više od 200 vrhunskih stručnjaka, političara i poslovnih ljudi osigurala je impresivni dokaz toga da Real Vienna uživa izuzetan međunarodni ugled. „Ova je priredba osigurala mogućnost stjecanja najnovijih informacija i bezbrojnih



vrijednih poslovnih kontakata.

Tri su pozornice postale žarišnom točkom razmjene stručnog znanja i iskustva u međunarodnom sektoru nekretnina. Golem je interes iskazan i za pitanja kao što su razvoj trgovačkih centara u Istočnoj i Jugoistočnoj Europi te za brojne druge predstavljene projekte kao što su hoteli i druga mjesta za odmor i opuštanje te za gospodarstva u procvatu kao što su Rusija, Rumunjska i Ukrajina. Sudionici su pohvalili i kvalitetu dostupnih informacija i opseg i dubinu pitanja koja su pokrivena za svaku zemlju, osobito u smislu „novih tržišta u nastajanju“ u Središnjoj i Istočnoj Europi.

Daljnji je uspjeh zabilježilo događanje pod nazivom Hotel & Tourism Day koje su organizirali stručnjaci za hotelsku industriju PKF i hotel experts Michaeler and Partner 28. svibnja, a koje je veliki naglasak stavilo na pitanja kao što su Zimska olimpijada 2014. u Sočiju te povezane prilike za razvoj u toj regiji.



Waterfront Symposium: Događaj koji je privukao publiku

Waterfront Innovations Symposium bio je jedan od popratnih događanja na sajmu Real Vienna u četvrtak, 29. svibnja. Tijekom simpozija austrijski i strani arhitekti, urbanisti i developeri su predstavili najnovija kretanja i trendove

u različitim projektima uz more, rijeke i šetališta uz vodene površine. Na simpoziju je sudjelovalo oko 100 arhitekata i projekatana koji su pratili predavanja stručnjaka kao što su Boris Podrecca (arhitekt i profesor na Sveučilištu u Stuttgartu) i Alex Krieger (urbanist, arhitekt i profesor na Harvard Graduate School of Design). Ta dva vrlo poznata stručnjaka objasnila su sadašnje razvoje u Europi, SAD-u i Aziji.

Networking u ležernoj atmosferi

Uz „Property Talks“, tu su bila i savršeno organizirana i dobro posjećena večernja događanja, pogodna za „networking“. U utorak navečer, 27. svibnja, organizatori, Reed Exhibitions Messe Wien i grad Beč, ECE Projektmanagement G.m.b.H. & Co. KG te CHSH-Cerha Hempel Spiegelfeld Hlawati su zajednički pridonijeli organizaciji „Top Executive Evening“, u Kursalonu bečkog Stadtparka. Oko 600 ljudi je sudjelovalo u ugodnoj ranoj ljetnoj večeri.

Uvečer, u srijedu 28. svibnja, oko 1000 izlagača provelo je ljetnu večer zajedno na otvorenom, u bečkoj marini. Reed Exhibitions Messe Wien, Immoeast AG i CPB Immobilienreuehand GmbH uprizarili su uzbudljivu večer druženja, uključujući vožnje gliserom po Dunavu. Ukupni paket za sudionike sajma Real Vienna upotpunjen je čitavim nizom dodatnih usluga. Austrian Airlines je službeni prijevoznik sajma Real Vienna. SAAB je kao sponzor osigurao VIP transfere.

Najviše ocjene sudionika

Dr. Karl Petrikovics, generalni direktor Immofinanz AG ovim je riječima opisao pozitivnu atmosferu na Real Vienna-i: "Jasna usredotočenost na Središnju i Istočnu Europu je ono što Real Vienna čini neizbježnim događanjem za IMMOFINANZ grupu. Kao izlagačima, ovo je najvažnija komercijalna platforma na kojoj se predstavljamo kao vodeći ulagači na području nekretnina u regiji. Budući da su gotovo svi naši najvažniji klijenti bili ovdje, meni je osobno ovo bila savršena prilika da dogovorim velik broj važnih sastanaka u vrlo kratkom vremenu".

Zadovoljni izrazi lica mogli su se vidjeti i na štandu Republike Makedonije koja je po prvi puta izlagala na Real Vienni. 'Naše se sudjelovanje na ovom događanju više nego isplatilo', rječito se izrazio Ivan Iliev, menadžer za marketing i komunikacije agencije za podršku ulagačima Invest Macedonia .

Dr. Marek Kudla iz poljskog

veleposlanstva pohvalio je Real Vienna, rekavši da je to bila idealna platforma za zemlje Središnje i Jugoistočne Europe koje nude mogućnosti ulaganja u raznim segmentima te koje su u potrazi za ulagačima.

Snažno gospodarstvo – veliki izgledi za Real Vienna 2009

Usprkos brojnim crnim prognozama, raspoloženje na tržištu nekretnina je dobro. Anketa provedena među posjetiteljima potvrdila je da je u ovom sektoru došlo do procvata, posebice u Središnjoj, Istočnoj i Jugoistočnoj Europi. Gotovo devet od deset ispitanih izjavili su da su vrlo zadovoljni sadašnjom situacijom te da očekuju nastavak pozitivnog razvoja na tržištu u doglednoj budućnosti; tako da su znaci za pripremnu fazu četvrtog izdanja Real Vienna dobri. Već su određeni i datumi za Real Vienna 2009 – od 5. do 7. svibnja 2009.

3. STATISTIKA

3.1. Prosjek traženih cijena nekretnina u prodaji – lipanj 2008.

	prosječna cijena EUR/m ²	raspon cijena EUR/m ²
ZAGREB		
stambeni prostor		
stanovi	2.243	817 - 6.000
kuće	1.918	750 - 8.635
poslovni prostor		
uredi	1.747	840 - 3.000
lokali	2.198	668 - 8.663
poslovne zgrade	1.297	618 - 2.102
OBALA		
stambeni prostor		
stanovi	2.067	503 - 6.315
kuće	1.850	263 - 11.600
poslovni prostor	1.618	555 - 4.605
turistički objekti	2.826	750 - 9.537

Prosjeci se izračunavaju prema trenutnoj ponudi Burze nekretnina d.o.o. koju možete vidjeti na www.burza-nekretnina.com

3.2 Statistička priopćenja Državnog zavoda za statistiku iz područja građevinarstva

3.2.1. Indeksi građevinskih radova u travnju 2008.

Građevinski radovi u travnju 2008. veći su u odnosu na travanj 2007. za 21.3%.

Građevinski radovi u razdoblju od siječnja do travnja 2008. veći su za 13.1% u usporedbi s radovima u razdoblju od siječnja do travnja 2007.

U travnju 2008:

- prema vrstama građevina, na zgradama je odrađeno 48.7% ukupnih sati rada, a na ostalim građevinama 51.3%

- prema vrsti gradnje, na novim građevinama je odrađeno 62.2% ukupnih sati rada, a na rekonstrukcijama, popravcima i održavanju 37.8%.

Priopćenje: Indeksi građevinskih radova u travnju 2008. Državni zavod za Statistiku, Zagreb, 2008.

3.2.2. Izvršeni građevinski radovi, narudžbe I stambena gradnja u prvom tromjesečju 2008., pravne osobe s 20 i više zaposlenih

Vrijednost novih narudžaba:

- u prvom tromjesečju 2008. veća je za 12,1% u odnosu na isto razdoblje 2007.

Vrijednost izvršenih radova:

- u prvom tromjesečju 2008. veća je za 12,9% u odnosu na isto razdoblje 2007.

U prvom tromjesečju 2008. građevinska poduzeća s 20 i više zaposlenih završila su 2 001 stan, što je za 58,3% više nego u istom razdoblju 2007.

Potkraj ožujka 2008. ista su poduzeća imala 12 384 stana u gradnji (nezavršenih stanova), što je za 15,7% više nego u isto vrijeme 2007.

Priopćenje: Izvršeni građevinski radovi, narudžbe I stambena gradnja u prvom tromjesečju 2008., pravne osobe s 20 i više zaposlenih. Državni zavod za Statistiku, Zagreb, 2008.

4. PRESSCLIPPING...

Izvor: Poslovni dnevnik, 16.lipanj 2008.

4.1. Ponuda maloprodajnih prostora u Hrvatskoj i dalje je oskudna

Prema istraživanju međunarodne konzultantske kompanije za nekretnine Colliers Internationala, ponuda maloprodajnog prostora u Hrvatskoj i dalje je najoskudnija na tradicionalnim mjestima, u glavnim ulicama gradova. Proteklih nekoliko godina započela je gradnja trgovačkih centara u svim većim gradovima u zemlji, pa će tako uskoro, u sljedeće dvije do tri godine, svi imati najmanje jedan trgovački centar. U Colliersu navode da je jedina iznimka Zagreb gdje je tržište maloprodajnih nekretnina već dosta razvijeno. Većina novih projekata su tradicionalni trgovački centri, pa će se stoga radi distanciranja od konkurencije te ponude "nečeg novog"

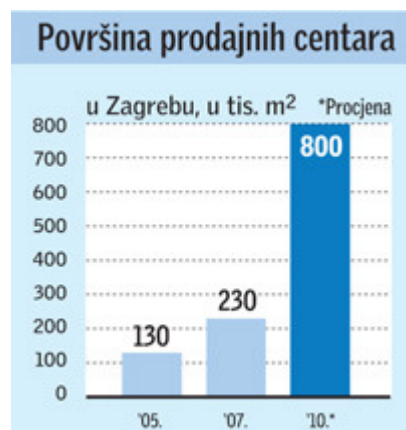
na tržištu u budućnosti razvijati projekti specijaliziranih namjena kao što su centri za luksuzne brendove, outleti, zabavni centri i slično.

Devet novih centara

"Područja u središtima gradova najskuplja su i najpoželjnija i zbog toga ponuda takvih lokacija ostavlja razočaranima i lokalne i međunarodne brendove", smatraju u Colliersu. Njihovi podaci govore da je krajem 2007. u Zagrebu bilo oko 230.000 četvornih metara bruto maloprodajnog prostora, a da je 2006. i 2007.

na scenu stupilo oko sto tisuća kvadrata.

Od 1994. kada se pojavio Importanne centar u Zagrebu, prvi trgovački centar u Hrvatskoj do 1999., otvorio se još samo jedan, Importanne Galleria. Tržište se dinamizira u proteklih sedam godina te je sagrađeno sedam novih trgovačkih centara, a tri su sagrađena od 2006. do 2007. godine. Na zagrebačkom području u gradnji je još njih devet koji će biti gotovi između 2009. i 2010. što će dodati novih 510.000 četvornih metara maloprodajnog prostora. Zagreb će biti opskrbljen sa 19 trgovačkih centara s ukupno 800.000 četvornih metara retail prostora. Dok se to ne dogodi, postojat će golema potražnja za maloprodajnim prostorom posebice u središtu Zagreba. Sada je već cijena mjesečnog najma između 80 i 120 eura po kvadratu. Za najam prodajnog prostora u trgovačkim centrima na području metropole potrebno je izdvojiti od 15 do 65 eura mjesečne rente po kvadratu.



Trendovi iz svijeta

Također hipermarketi, kao što su Interspar, Mercator i Konzum, planiraju sagraditi još nekoliko svojih centara. Osim toga međunarodni investitori počinju s ulaganjima u projekte u istočnom dijelu glavnoga grada. U Colliersu prognoziraju da će u skorijoj budućnosti potražnja za maloprodajnim prostorom biti

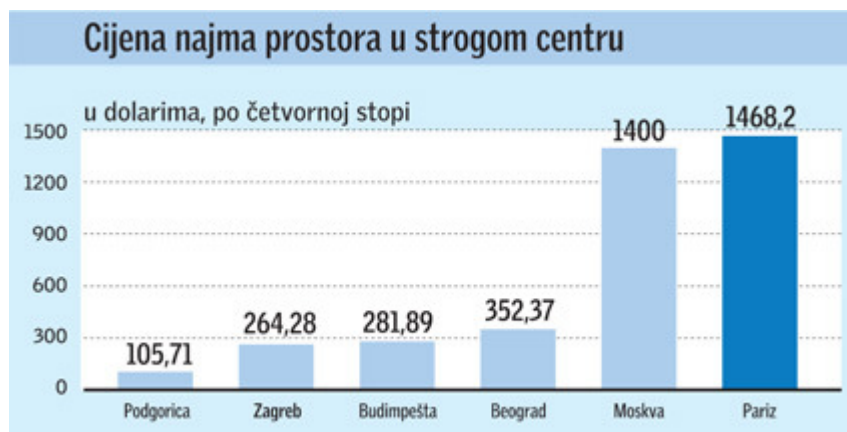
zadovoljena što će stabilizirati cijene. Kao i u Hrvatskoj, cijene najma i u svijetu rastu usprkos globalnoj krizi. Cijena najma prodajnog prostora na vrhunskoj lokaciji, primjerice u Ilici u Zagrebu, iznosi 264,28 dolara po četvornoj stopi (PSF) godišnje, a deset četvornih stopa predstavlja jedan četvorni metar. Približna vrijednost mora se platiti u Budimpešti jer iznosi 281,89 dolara PSF na godinu, u Podgorici je cijena usprkos dolasku Rusa i dalje dvostruko niža pa iznosi 105,71 PSF, dok je Beograd "prešišao" regiju pa za najam trgovine u Ulici kneza Mihajla treba izdvojiti 352,37 dolara PSF. Ipak, brzorastuća regionalna tržišta nisu ni približno skupa kao što su to velika europska središta. Čak 1468,20 dolara PSF potrebno je platiti na Champs Elyseesu u Parizu, a tek nešto manje za prodajni prostor u Tverskayi, u Moskvi. Tako cijena najma retail prostora u Zagrebu iznosi 20 posto najma u Moskvi.

Veliki maloprodajni lanci još nisu došli u Hrvatsku

Razvoj tzv. Big box prodajnih prostora u Hrvatskoj započeo je sredinom '90-ih s ulaskom nekoliko velikih trgovačkih lanaca na tržište. Od "stranaca" na hrvatskom tržištu prisutni su Kaufland, Billa, Mercator, Baumax i Mercur. Tijekom 2006. na maloprodajno tržište ušli su Kika i Euronics. Međutim, još nisu došla imena kao što su Ikea, Tesco ili Mediamarkt.

Cijena mjesečnog najma u Big box prostorima kreće se između sedam i

deset eura po četvornom metru, izračunali su u Colliers Internationalu.

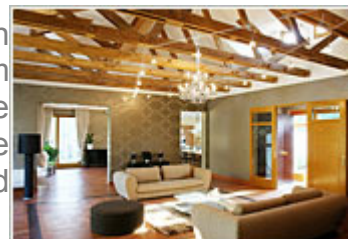


Izvor: EuropaProperty.com Newsletter - June, 2008

4.2. VIJESTI IZ REGIJE

Quinlan Private Golub dovršava izgradnju dva modela doma u Oakland Parku

Quinlan Private Golub, developer luksuznih rezidencijalnih objekata u Oakland Parku, smještenom u zelenom predgrađu Varšave pod nazivom Konstancin, završio je izgradnju dva modela doma – Linden i Hazel Quinlan Private Golub finishes construction of two show homes at Oakland Park.



ČKD Praha DIZ odabran glavnim izvođačem za uredsku zgradu Kolben Cube u Pragu

Developer CODECO je objavio da je ČKD PRAHA DIZ odabran kao glavni izvođač za izgradnju uredske zgrade Kolben Cube, smještene na stanici metroa B Kolbenova u praškoj četvrti Vysočany.



Hvar Marina Hotel & Spa pridružuje se svjetskom elitnom rankingu

Jedan od hrvatskih najluksuznijih spa centara, smješten u Adriani, Hvar Marina Hotel & Spa slavi svoju prvu godinu postojanja te je objavio da je prihvaćen za klasifikaciju 'Remarkable Leading Spas of the World' (izuzetni vodeći spa centri svijeta), čime će ovo biti jedini spa centar u hrvatskoj koji će biti članom ove grupacije.



Lux Med iznajmljuje 926 m² uredskog prostora u Wisniowy Business Parku, zgrada F u Varšavi

Lux Med je iznajmio 926 m² uredskog prostora u zgradi F Wisniowy Business Parka u Varšavi



ProLogis dosad u 2008. potpisao sporazume za više od 100.000 m² prostora u regiji Varšave

ProLogis je od 1. siječnja 2008. dosada potpisao sporazume za više od 100.000 m² prostora u objektima smještenim u čitavoj regiji Varšave.



DEGI preuzima Iris Shopping Center u Bukureštu za 147 milijuna EUR

Investicijski fond Deutsche Gesellschaft für Immobilienfonds (DEGI) (Njemačka) platio je 147 milijuna EUR za 48.000 m² Iris Shopping Centra u Bukureštu.

Ablon Group Limited kupuje zemljište veličine 133.264 m² u sjevernom Bukureštu

Ablon Group Limited dovršila je akviziciju zemljišta veličine 133.264 m² u sjevernom Bukureštu, u blizini međunarodne zračne luke: Henri Cuanda, Otopeni.

Europa Emerging Europe Fund kupuje skladište Logistic Park East I u Ukrajini za 25 milijuna USD

Europski Europa Emerging Europe Fund kupio je Logistic Park East I, skladište veličine 23.856 m² za 25 milijuna USD od ukrajinskog developera Alladin Grupe.

Pradera kupio portfelj nekretnina u Češkoj Republici

Pradera je za svoj Central & Eastern Fund iz GE Real Estate i Euro Mall Ventures, podružnica TK Developmenta, kupio portfelj nekretnina koji se sastoji od tri nekretnine u Ostravi i Olomoucu.

5. ODRŽALO SE...

<i>datum</i>	<i>Naziv</i>	<i>mjesto</i>	<i>web stranica</i>
06.-07.05.2008	GRI WORLD SUMMIT 2008	London, Engleska	www.globalrealestate.org
08.05.2008	The 3rd Annual SEE Real Estate Awards Gala for 2007	Bukurešt, Rumunjska	www.europaproperty.com
09.-10.05.2008	CEPIF	Varšava, Poljska	www.europaproperty.com
21.-22.05.2008	Europaproperty CRE Russian Investment Conference II	Moskva, Rusija	www.europaproperty.com
27-29.05.2008	REAL VIENNA	Beč, Austria	www.realvienna.at
29.-31.05.2008	2008 FIABCI World Congress	Amsterdam, Nizozemska	www.fiabciamsterdam2008.com
01. – 03.06.2008	Retail City 2008 - Bringing Together Retailers & Malls In Emerging Markets	Dubai, Ujedinjeni Arapski Emirati	www.retailcity.ae
10. – 13.06.2008.	The Italian Real Estate Event	Milano, Italija	www.italiarealestate.it/eire/eng
16.-18.06.2008	CIB W70 International Conference in Facilities Management	Edinburgh, Škotska	www.fmresearch.co.uk

6. NE PROPUSTITE...

<i>datum</i>	<i>naziv</i>	<i>mjesto</i>	<i>web stranica</i>
06.-08.10.2008	Expo Real 2008	München, Njemačka	www.exporeal.net
13.-17.10.2008	The World Urban Forum IV	Nanjing, Kina	www.unhabitat.org
22.-24.10.2008	Real estate of Siberia 2008	Rusija	www.realty.sibfair.ru/eng/
29.-30.10.2008	European CRE Investment Forum III: Russia, Germany, and CEE	New York, USA	www.europaproperty.com
30.10.-01.11.2008	BeIRE	Beograd, Srbija	www.belre.org
24.-25.11.2008	GRI New Europe	Bukurešt, Rumunjska	www.globalrealestate.org

IZDAVAČ:

Filipović poslovno savjetovanje d.o.o.

Trg bana Josipa Jelačića 3/V
10000 Zagreb – Hrvatska
Tel: +385 1 481 69 69
Fax: +385 1 483 80 60
e-mail: cren@filipovic-advisory.com

Želja nam je da Croatian Real Estate Newsletter / CREN bude brz i kvalitetan izvor informacija svima koji djeluju u sektoru nekretnina, od developera, projektanata, izvođača građevinskih radova do agencija za posredovanje i dr. Molimo Vas da Vaše komentare, prijedloge i mišljenja pošaljete na cren@filipovic-advisory.com kako bismo poboljšali CREN i učinili ga vodećim medijem o hrvatskom tržištu nekretnina.

Redakcija: urednik Vladimir Filipović, Petra Grgurić, Lana Marija Milić, Marija Noršić, Petra Škevin i Natalija Vulić.