

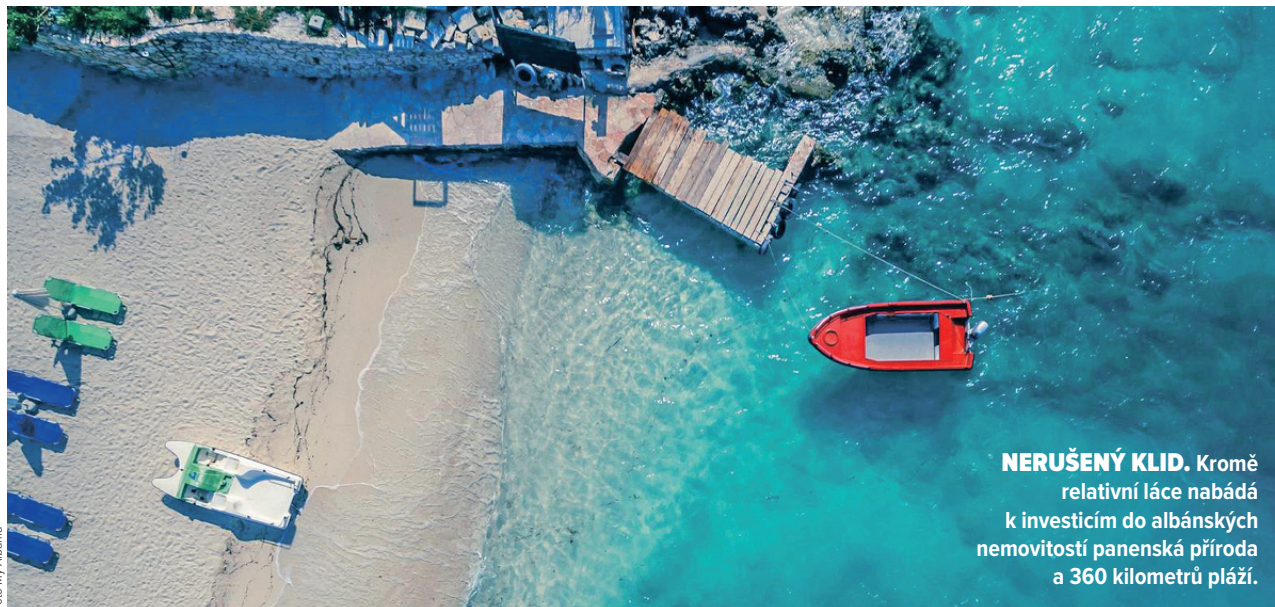


Foto: My Albania

NERUŠENÝ KLID. Kromě relativní láce nabádá k investicím do albánských nemovitostí panenská příroda a 360 kilometrů pláží.

Byt u moře v ceně chaty. Češi investují v Albánii

Anna KŘÍŽKOVÁ

Investoři se přesouvají z přelidněného Chorvatska k jihu. Albánie zažívá obrovský rozmach infrastruktury, turismu a gastronomie. Země podle cestovních kanceláří patří k nejlákavějším destinacím letních dovolených. Přitahuje také investory. Byt u moře je tam vyjde na totéž jako chata v Česku.

„Jedná se především o investice velkých korporátů do nemovitostí v jižní Albánii,“ říká albanoložka Orkida Backus Borshi s tím, že tam nemovitosti často skupují i rodilí Albánci žijící v jiných zemích.

Očekávaný boom

Panenská příroda a 360 kilometrů pláží. Kromě příznivých finančních podmínek

jsou i tyto dva faktory důvodem k pořizování albánských nemovitostí. Země teď hojně investuje do turistického ruchu, který se má stát pilířem tamní ekonomiky. Zejména v přímořských oblastech se očekává boom v realitách a pohostinství.

Přesun investorů z přelidněného Chorvatska na jih je trvalým trendem, který se pozitivně projevil například na pobřeží Černé Hory, která

i díky podpoře Evropské unie rozvinula svůj turistický ruch. Tím ovšem zdražily tamní nemovitosti na úrovni podobné Chorvatsku, tedy v průměru na 2500 eur za metr čtvereční.

Ceny zvolna rostou

„Dnešní ceny v Albánii se na pobřeží v oblasti u přístavního města Drač pohybují kolem tisíce eur za metr čtvereční,“

říká specialista na investiční byty v Albánii Daniel Mikulka ze společnosti Successful Investments. Za poslední tři roky tam ceny nemovitostí vzrostly o celých třicet procent. „Aktuálně evidujeme stovky privátních investorů, kteří mají zájem o nákup nemovitostí,“ dodává specialista.

Finanční návrat rodilých Albánců

Přesný počet albánských nemovitostí na prodej není znám. Lidé si však podle Mikulky mohou vybrat z malých bytů i velkých domů. Investice v Albánii je však stále investicí na Balkáně, kde byznys probíhá zcela odlišně od střeoevropských zvyklostí. Proto je podle něho vhodné svěřit nákup nemovitostí firmě, která má s albánským realitním trhem zkušenosti.

„Čím dál více se začínají o nemovitosti v Albánii zajímat i rodilí Albánci žijící v jiných zemích, kteří z tehdejší chudé země utíkali do jiných států za prací a lepšími životními podmínkami,“ uvedla Borshi. V zemi nejvíce podnikají Švýcaři a Holanďané.

Mezi velké české společnosti, které v současné době investují v Albánii, patří Preciosa, Budějovický Budvar, Paramo nebo Škoda.

VÍCE NA **E15.CZ**

Restaurace přicházejí na chuť QR kódům

Kódy „rychlé odezvy“, jak zní doslovný překlad, se po dvaceti letech začínají masově prosazovat i v České republice. Kvůli pandemickým opatřením a minimalizaci lidských kontaktů se jejich využití přímo nabízí, což si uvědomují i restauratéři.

Systém pro rychlé a bezkontaktní placení, který vyvinul start-up Qerko, před rokem využívalo 230 tuzemských podniků, dnes jejich počet přesahuje hranici pět

set. „Poptávka vzrostla už ve chvíli, kdy se epidemiologická situace začala zlepšovat a následně doslova raketově vystřelila v okamžiku oznámení termínu otevření zahrádek,“ říká za Qerko Tereza Vyhnánovská.

Díky využití technologie QR kódů je možné v restauraci zaplatit bez číšníka, ve výsledku je proces rychlejší a v době pandemie i bezpečnější. Růst zájemců zaznamenal i tuzemský startup Speedlo. „Náš QR systém využívá více než stov-



KOUZLO QR. K zaplacení v restauraci netřeba číšníka.

ka podniků, za posledních šest měsíců se zájem zvýšil čtyřnásobně,“ potvrdil ředitel Speedla Richard Beníšek.

Využití QR kódů nahrává i skutečnost, že si Češi oblíbili platby pomocí mobilních telefonů. Jen za minulý rok zaznamenala Česká spořitelna nárůst počtu digitalizovaných platebních karet o 76 procent na 440 tisíc. U Komerční banky to byl v roce 2019 dokonce nárůst z 240 tisíc na 412 tisíc.

Technologie QR kódů je nejrozšířenější v jihovýchod-

ní Asii, a zejména v Číně, kde podle průzkumu několika finančních institucí 85 procent dotazovaných platilo v posledním roce pomocí QR kódu.

V Evropě se QR kódy dosud využívají zejména v reklamních kampaních nebo při distribuci dárkových kuponů. V roce 2019 jen osm procent zákazníků několikrát týdně využívalo skenování QR kódů.

Filip ZELENKA