

REGAL^{line}

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 9/09, 3. 3. 2009

Dvě desítky nákupních center a retail parků

Navzdory nastupující krizi výstavba nákupních center v České republice v loňském roce gradovala. Otevírány byly komplexy, s jejichž výstavbou se začalo v období developerského boomu v období od roku 2006 do poloviny roku 2008. Díky této expanzi byly u nás v loňském roce otevřeny dvě desítky nákupních center a retail parků. Mezi devítku nových velkých nákupních center patří Galerie Fénix v Praze 9, Arkády Pankrác na Praze 4, brněnský Campus Square, Futurum Kolín, Zlaté Jablko Zlín, City Park Jihlava, AFI Palace Pardubice, Central Most a Oáza Kladno. Řada dalších center (např. liberecká Nisa) navíc prošla procesem rekonstrukce a rozšíření.

Jak ukázalo sčítání obchodních ploch Shopping Center & Hypermarket 2009, které realizovala společnost Incoma Research, v České republice tak již celkem 290 nákupních center, retail parků a menších nákupních pasáží s hypermarketem nabízí téměř 3 mil. m² prodejních ploch. Z těchto ploch je 22 % situováno v pražských centrech, naopak nejnižší saturace trhu v přepočtu na obyvatele je v Pardubickém kraji a na Vysočině.

Meziročně vzrostl počet jednotek v těchto centrech již na více než 8200, tj. více než o šestinu. Rozhodujícím způsobem se na tomto počtu samozřejmě podílejí maloobchodní prodejny, kterých je 6650, patrný je ovšem i nárůst počtu gastronomických a zábavních zařízení a provozoven služeb.

Nejširší nabídku co do počtu obchodních jednotek nabízejí pražská centra Chodov (který jediný překročil hranici 200 jednotek), Letňany, Nový Smíchov a Metropole, z mimopražských liberecká Nisa, brněnská Olympia, ostravský Avion a další brněnské centrum Vaňkovka.

Při pohledu na jednotlivé sortimentní kategorie je jednoznačným lídrem móda – k 1. lednu 2009 působilo v českých centrech 1988 prodejen prodejny odívání. Následují obuv a kožené zboží (612), klenoty a dárky (505) a prodejny elektrika a počítačové techniky (468). Mezi dalšími typy jednotek vede gastronomie (724 provozoven). Co do rozsahu ploch stále vedou širokosortimentní hypermarkety.

Sedmdesát procent českých domácností nejraději nakupuje v nových nákupních komplexech, zatímco 30 procent dává přednost spíše tradičním nákupním ulicím v centrech měst. Cesta do oblíbeného nákupního centra trvá v průměru 30 minut. Podíl těch, kteří jezdí do nákupního centra většinou autem, vzrostl na tři čtvrtiny. Celkově nejnavštěvovanějším centrem v zemi je pražský Nový Smíchov, mezi mimopražskými vede brněnská Galerie Vaňkovka.

I pro rok 2009 byla očekávání developerů původně podobně vysoká, nicméně realita makroekonomického vývoje je neúprosná, v řadě lokalit dochází ke zdržení či dokonce pozastavení expanze, takže je pravděpodobné, že zdaleka ne všechna plánovaná centra budou skutečně letos otevřena.

Sortimentní kategorie	Počet prodejen	Počet provozovatelů	Nejčastější nájemce
Oděvy, móda	1988	624	Takko fashion (62)
Gastronomie	724	382	Panda (29)
Obuv, kožené zboží	612	144	Deichmann (61)
Klenoty, hodinky, dárky	505	184	Klenoty Aurum (33)
Elektro, počítačová technika	468	97	Telefónica O ₂ (85)
Specializované potraviny	401	137	EsoLand (39)
Nábytek, koberce, bytový textil	305	132	Indeco CZ (32)
Sport	293	217	Sportisimo (41)
Drogerie, kosmetika	284	52	Dm drogerie (51)
Tabák, noviny	282	20	Geco Tabak (201)
Květiny	264	79	Flamengo (120)
Lékárny	216	54	Lékárna Dr. Max (76)



VE 2. ČÍSLE NAJDETE:

- Cena v době krize
- Průmyslové nemovitosti
- Grilování

Regal 2/2009 vyšel 17. února
Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

DHL Express rozšiřuje nabídku

Společnost DHL Express oznámila další expanzi svého mezinárodního portfolia produktů a služeb. Na konci loňského roku posílila svoji mezinárodní síť a optimalizovala kapacity přepravních tras a nyní uvádí na trh prémiový produkt typu Time Definite (přeprava s předem stanoveným časem doručení) pro mezinárodní importní zásilky, nazvaný DHL Import Express 12:00. Tento produkt zajišťuje transport zásilek, kdy přepravu objedná a platí příjemce. Zásilka je příjemci doručena do poledne, a to do většiny evropských a světových měst a obchodních center. Přepravné je účtováno příjemci zásilky v jeho domácí měně a platba je prováděna fakturou podle dohodnuté lhůty splatnosti. Tento produkt, který je v současné době k dispozici ve velkých městech v Evropě, v Asii a na Středním východě, se bude během roku postupně rozšiřovat po celém světě.

Mražené jídlo pomáhá hubnout

Vědci z univerzity v Illinois uskutečnili vloni test: Skupině mužů s nadváhou nařídili, aby omezili denní příjem kalorií na 1700. V první části testu si muži připravovali jídlo a počítali kalorie sami, ve druhé části jedli pouze mražené hotové pokrmy. Díky „vlastno-

(Pokračování na stránce 2)

Organic Business in the CEE

Explore Learn Understand

Zlatí partneři konference:

25.3.2009 Kongresové centrum „U HÁJKŮ“ Praha 1

- ✓ Jak se lépe prosadit na trhu prostřednictvím biopotravin?
- ✓ Jakou šanci přináší jejich užití v gastronomii?

Info&On-line registrace: www.biosummit.cz

Letos poprvé
BIO GALA VEČER!

Spotřebitelský průzkum potvrzuje růst

Průzkum společnosti Opinion Windows provedený mezi návštěvníky Fashion Areny Outlet Center v Praze – Štěrbohovech v prosinci 2008 potvrdil to, co naznačovala čísla rostoucí návštěvnosti a obratu. Lidé rychle pochopili přednosti outletového nakupování a pro mnohé se tato činnost stává dokonce koníčkem.

Za posledních šest měsíců navštívilo centrum až 33 % zákazníků pětikrát či vícekrát. Pozitivní osobní zkušenost z nákupu nebo doporučení známých jsou hlavními tahouny. Návštěvnost v prosinci 2008 byla o 15,5 % vyšší než ve stejném období roku 2007. Také obchody na tento vývoj pozitivně reagují a rozšiřují svou nabídku sortimentu i akčních nabídek. Centrum samotné pak otvírá nové prodejny tak, aby byl výběr pestrý.

Bio Summit 2009

Konference Bio Summit 2009, která proběhne 25. března v novém kongresovém centru U Hájků v centru Prahy, se zaměří na praktické návody, jak úspěšně vytvářet marketingové strategie pro biopotraviny v době klesající ochoty spotřebitelů nakupovat. V rámci programu odborníci představí své zkušenosti a nové možnosti uplatnění biopotravin na maloobchodním i gastronomickém trhu a návody, jak lze i v současné době budovat silné značky a vytvářet dlouhodobou loajalitu zákazníků. Zlatými partnery konference jsou společnosti Billa a United Bakeries, mediálním partnerem je také odborný časopis Regal.

Akce probíhá ve spolupráci s organizátory veletrhu BioStyl, který se uskuteční 22. až 24. května 2009. Více informací včetně on-line registrace na www.biosummit.cz nebo na adrese sekretariátu summitu info@BlueEvents.eu.



Inbev chce prodat Staropramen

Osm let ovládala belgická pivovarnická skupina Inbev značku Staropramen. Teď podle Hospodářských novin udělá zřejmě místo jiným. Zprávy o zvažovaném prodeji Pivovarů Staropramen se už týdny šíří a zájem o případnou investici roste. Kupec by mohl nabízet sumu kolem 6 mld. Kč a za to by získal pozici druhého největšího výrobce piva v ČR. Taková možnost zní lákavě především pro nizozemský Heineken.

„Staropramen je v nabídce Inbevu už nějaký čas. A má to logiku. Belgičané musejí začít platit více než 50 miliard dolarů za loňskou akvizici Anheuser Busche. A to by bez prodeje části aktiv těžko zvládli,“ tvrdí šéf jednoho z pivovarů v ČR. Případný odchod Inbevu z ČR by podle lidí z oboru neměl na fungování českého trhu zásadní vliv. „Inbev je zkušená pivovarnická skupina, a pokud by volba k prodeji skutečně padla na Staropramen, získal by ho někdo, kdo má podobné renomé,“ soudí výkonný ředitel Českého svazu pivovarů a sladoven Jan Veselý.

Somatoline Cosmetic přichází na český trh

Společnost Bolton Czechia vstupuje na český trh s italskou kosmetickou značkou Somatoline Cosmetic, kompletní řadou zestihlujících ošetřujících přípravků. „Každá žena je jiná. Některým se usazují tuky rovnoměrně na všech částech těla, zatímco jiným se koncentrují jen v určitých partiích, jako je například břicho, boky či stehna,“ říká Iva Krůtová, brand manažerka značky. „Právě z tohoto důvodu je řada tvořena čtyřmi přípravky, z nichž se každý zaměřuje na specifické problémy spojené s jednotlivými částmi těla,“ dodává Krůtová. Podpora inzertní kampaní v celostátních denících a lifestyleových titulech, silnou visibilitou a POS materiály v místech prodeje (lékárny) a také televizní kampaní odstartuje za čátkem měsíce dubna.



Novinky pro Velikonoce

Společnost Nestlé Česko připravila, jako již tradičně, pro velikonoční svátky řadu novinek, zejména pod značkou Orion. Pro maloobchodní trh je určen například Zajíček s vanilkovými sušenkami a Vajíčka z mléčné, hořké a bílé čokolády s lískooříškovou, kakaovou a vanilkovou náplní. Inovace zahrnují i Lentilky Malá vajíčka a želé JoJo Pařátky.

Jako vhodný dárek se budou prezentovat luxusní balení značky Modré z nebe – Plněná vajíčka z mléčné čokolády s vanilkovo-hruškovou nebo amaretovou náplní či náplní vodka, chilli a citron, a vícedruhový dezert Velké vejce. Značku Nestlé zastupují Vajíčka s kousky malin.

(Pokračování ze stránky 1)

ruční“ dietě shodili účastníci testu průměrně pouhých 5,1 kg, zatímco díky „mražené“ stravě zhubli o 7,4 kg. Podobný pokus potom provedli i na skupině žen s totožným efektem. „Je to pochopitelné. Jsou-li mražené pokrmy připravené kvalitně, dodají konzumentovi veškeré nutriční hodnoty, které jeho tělo potřebuje. Navíc řada výrobců dnes již dbá na to, aby byla mražená hotová jídla připravována podle zásad zdravé výživy a neobsahovala zbytečné kalorie,“ vysvětluje Veronika Hudecová, marketingová manažerka značky Findus.

GSMA 2009 a Visa

Na světovém kongresu GSMA 2009 (konference a veletrh pro odvětví mobilních komunikací; 16. až 19. února 2009) představila společnost Visa nejnovější produkty v platebním průmyslu. Mimo jiné to byly: mobilní Visa payWave (bezpečné platby u obchodníků prostřednictvím technologie Visa payWave v mobilních přístrojích; bezkontaktní platby na bázi NFC – Near Field Communication a SIM), mobilní převody peněz (představení peněžních převodů při komunikaci přístroj – přístroj a internet – přístroj), upozornění o transakci zasílané na mobilní telefon (zasílání upozornění o uskutečněných transakcích kartou na mobilní přístroj), mobilní nabídky (cílené nabídky a slevové kupony distribuované přímo na mobilní telefon; slevy lze uplatnit při předložení telefonu u konkrétního obchodníka), inteligentní plakáty (co-brandové mobilní plakáty upozorňující například na kavárny v blízkosti a nabízející různé slevy) a Visa Mobile na platformě aneroid (v prosinci Visa spustila v USA první komerční službu, která spojuje mobilní nabídky, upozornění a lokační služby; služba je k dispozici na mobilních přístrojích využívajících platformu Android, tedy včetně T-Mobile G1).

Adobe a Nokia vytvořily fond

Společnosti Adobe Systems Incorporated a Nokia oznámily na veletrhu GSMA zřízení fondu Open Screen Project s vkladem 10 mil. dolarů. Fond pomůže vývojářům připravovat aplikace a služby pro mobilní telefony, stolní počítače a spotřební elektroniku na platformě Adobe Flash. Aktivita je výsledkem rozsáhlé průmyslové iniciativy Open Screen Project, zahrnující více než dvacet špičkových technologických společností v oboru, která chce nastavit konzistentní provozní prostředí pro prohlížení internetu a jednotlivé aplikace. Předpokládá se, že další společnosti se do iniciativy Open Screen Project připojí v budoucnosti.

Tesco s infrastrukturou VMware

Maloobchodní řetězec Tesco začal v informačních systémech sloužících ve více než 500 obchodech po celé střední Evropě využívat infrastrukturu od firmy VMware. Provoz IT slu-

(Pokračování na stránce 3)

Umírněná konzumace piva působí proti stresu

Během únorového kulatého stolu Českého svazu pivovarů a sladoven (ČSPS) prezentoval Petr Petr, vedoucí pracoviště Klinické farmakologie Nemocnice České Budějovice, výsledky projektu Nutrastress (Nutraceutický význam piva). Ty potvrzují, že pravidelná umírněná konzumace piva českého výrobce v modelu akademického stresu (tj. během zkouškového období) vedla k jeho snížení. Studenti po dobu 60 dní konzumovali jedno pivo denně (velké pro muže, malé pro ženy). Po této době nedošlo k očekávanému obvyklému poklesu absolutního počtu lymfocytů, což je průvodní jev období, kdy na člověka negativně působí stres. Naopak, v hodnocené skupině došlo k průměrnému vzestupu absolutního počtu lymfocytů o 8 %, čili k posílení obranného systému zkoumaných osob. „Výzkum chápeme jako cenný příspěvek k objektivnímu hodnocení českého piva a jeho významu pro lidské zdraví,“ říká Jan Veselý, výkonný ředitel ČSPS.

Jarní dm škola líčení

Každý rok na jaře a na podzim přináší dm svým zákazníkům aktuální trendy v líčení. Pro letošních jaro a léto připravila se svými partnery DVD nazvané dm škola líčení. Bylo připraveno ve spolupráci se známými osobnostmi české kulturní scény a vizážisty. Zákaznice seznamuje se správnými postupy denního i večerního líčení a radí jim s výběrem vhodné dekorativní kosmetiky. Přitom je vždy vybrán způsob líčení, který bude sloužit jejich typu a věku. DVD získá každý zákazník při nákupu alespoň dvou výrobků dekorativní kosmetiky v každé prodejně dm v České republice, a to v období od 25. února do 31. března 2009 nebo do vyčerpání zásob.



Billa rozšíří síť o deset prodejen

Společnost Billa otevřela 26. února dalších deset filiálek. Nejvýrazněji posiluje síť supermarketů Billa v Plzeňském kraji, a to o tři prodejny (Klatovy, Přeštice, Sušice). V Pardubickém kraji to jsou dva supermarkety (Hlinsko, Žamberk), v Jihočeském (Milevsko), Karlovarském (Kraslice), Královéhradeckém (Hořice), Středočeském (Vlašim) a Ústeckém (Kláštepec nad Ohří) jde vždy o jednu prodejnu. Celkový počet obchodů společnosti Billa se tak zvyšuje na 184. Nově otevřené supermarkety mají prodejní plochu od 670 do 1140 m². Většinou se nacházejí v menších městech s počtem obyvatel od 6000 do 23 tisíc.

Dopad světové krize na bezpečnost v ČR

V Praze se uskutečnila odborná diskuse organizovaná mezinárodní asociací bezpečnostního managementu ASIS International, jejímž cílem bylo odhadnout vliv hospodářské recese na bezpečnostní sektor a vývoj kriminality v České republice. Účastníky panelu byli zástupci ČNB, ministerstva vnitra, skupiny ČEZ i soukromého sektoru. Shodli se především na tom, že ekonomická krize bude pro některé bezpečnostní sektory příležitostí, v nárůstu kriminality ale může být i nebezpečnou hrozbou. A to v případě, že dojde k nesystematickému škrtní v rozpočtech určených na prevenci a bezpečnostní opatření a necitlivému propouštění.

Costa Coffee otevřela kavárnu v Palladiu

Mezinárodní síť kaváren v italském stylu Costa Coffee otevřela 27. února v nákupním centru Palladiu svoji druhou pražskou pobočku. Jde již o pátou kavárnu Costa Coffee v České republice. První byla otevřena na podzim roku 2008 v obchodním centru Flora, následovalo otevření dalších kaváren v OC Olympia v Teplicích, v Paláci Pardubice a v OC Nisa Liberec. „Po nové kavárně v Palladiu se na jaře chystáme otevřít Costa Coffee v Tesco Liberec. Vedle toho ještě minimálně jednu kavárnu v Praze, v současné době pracujeme na výběru atraktivních lokalit,“ říká Jan Tomášek, brand manažer Costa Coffee pro Českou republiku.

Gastrostella zve na ochutnávky

Počínaje březnem navazuje společnost Gastrostella Group na tradiční řízené ochutnávky domácích i zahraničních vín. Prezentace se uskuteční v prostorách vinotéky prodejny Gastrostella, Koněvova 41-43, Praha 3 – Žižkov, vždy od 19 do 21 hodin. Termíny: 19. března (Vinicola Břeclav), 16. dubna (Templářské sklepy Čejkovice), 21. května (United Brands), 18. června (Adveal, Francie), 17. září (Znovín Znojmo), 15. října (Vinařství Baloun), 19. listopadu (Global Wines) a 17. prosince (Vinné sklepy Valtice). Více informací na www.gastrostella.cz.

(Pokračování ze stránky 2)

žeb po virtualizaci vyžaduje sedmnáctkrát méně fyzických serverů a šetří oproti dřívější 90 % elektrické energie. „V důsledku rozvoje naší sítě prodejen bylo nutné přistoupit k efektivnějšímu IT řešení. Rostoucí počet serverů kladl velké nároky na spotřebu energie, prostory a spolu s tím i provozní náklady,“ říká IT manažer společnosti Tesco Stores ČR pro střední Evropu Pavel Vanoušek. „Hledali jsme co nejefektivnější způsob, jak zavádět každý rok do provozu desítky až stovky serverů nových prodejen, jak zajistit rychlé zotavení pro případ havárie kriticky důležitých Wintel systémů a jak zároveň snížit dopady na životní prostředí. Po zvážení všech možností jsme se rozhodli pro technicky vyspělé řešení od VMware.“

DB Schenker rozšiřuje služby

Společnost Schenker AG uzavřela Global Master Lease Agreement se společností Envirotainer AB, švédským provozovatelem speciálních kontejnerů s kontrolovanou teplotou, určených pro leteckou nákladní přepravu. Tato smlouva nejen rozšíří dosavadní nabídku speciálních přeprav, ale umožní firmě DB Schenker využívat také know-how společnosti Envirotainer AB.

Nabídka byla navržena tak, aby obsáhla specifické požadavky zákazníků ze zdravotnictví, farmacie a dalších oborů, kde se manipuluje se zvláště cenným či citlivým zbožím.

Personálie

- Po jedenácti letech odchází z líkérky Stock Plzeň její generální ředitel Martin Petrášek. Podle vyjádření pro HN odstoupí po dubnovém oznámení loňských hospodářských výsledků. Tvrdí, že odchází z vlastní vůle, po důkladném zvážení a chce prý zkusit štěstí jinde.
- Novým obchodním ředitelem společnosti Unilever pro Českou republiku se stal Jiří Mička. Přišel z firmy Reckitt Bensckiser SK, kde působil čtyři roky jako komerční ředitel pro Slovensko.
- Generální ředitel Kraft Foods ČR Pavel Šercl se nově ujal vedení také v Opavii-LU, kde dosud šéfoval Alain Tapie. Zrychlil se tak integrační proces obou společností, který se dotkne i organizace marketingových oddělení. Ta jsou nyní v Kraftu rozdělena na kategorie čokoláda, káva a sušenky.
- Obchodním ředitelem divize Digital polygrafického podniku Boom Tisk se stal Pavel Janoušek. Přichází ze společnosti PrintSoft, kde zastával pozici obchodního a marketingového ředitele pro ČR a SR a byl mimo jiné zodpovědný za mezinárodní projekty PrintSoftu. Nyní bude mít na starosti implementaci projektu TransPromo na český trh.