

REGAL^{line}

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 11/09, 23. 3. 2010

OC začnou lákat dalšími službami

Nábytek, realitní kanceláře, personální agentury, pojišťovny, banky, taneční studia, ordinace praktických lékařů. Možná už brzy se budou za těmito službami zákazníci vydávat i do obchodních center (OC) v České republice. Jak totiž vyplývá z aktuální analýzy mezinárodní poradenské společnosti DTZ, dá se očekávat rozšíření nabídky služeb v OC. Tým DTZ zároveň developerům a investorům budoucích retailových projektů doporučuje mnohem pečlivěji vybírat lokalitu, nájemce, dbát na profilaci a v neposlední řadě i na vytvoření prostoru pro komunitní účely, zajištění sportovní a společenské nabídky či indoorových aktivit (fitness, wellness a další).

V loňském roce klesly některým obchodním galeriím obraty až o 30 % a snížila se i průměrná návštěvnost. Pokles tržeb v maloobchodu má zásadní vliv na provoz stávajících OC, a to zejména těch, která se potýkala již před nástupem krize s nižší obsazeností. Trh také začaly opouštět některé malé obchodní řetězce a firmy se zbavují nerentabilních obchodních jednotek i za cenu možných soudních sporů. Nájemci také vyvíjejí citelnější tlak na snížení nájemného či požadují při podpisu nájemní smlouvy příspěvek na vybavení jednotky. Důvodem neúspěchu některých projektů bývá také nekvalitní složení nabídky nájemců. Ti – pokud nemají dostatečné finanční rezervy a promyšlený byznys plán – nemusejí ustát pomalejší rozběh OC a po počátečním neúspěchu projekt opouštějí. „Právě tzv. doba rozjezdu OC je problematická pro řadu malých obchodních řetězců. Budoucí nájemci v nových projektech by s touto skutečností měli počítat dopředu a přizpůsobit tomu ekonomiku svého obchodu,“ radí maloobchodníkům Martin Kubík, property & asset management director.

V důsledku větší nabídky prostor k pronájmu a nižší poptávce po obchodních prostorách by mohlo dojít k citelnějšímu zpestření skladby nájemců, zejména v lokálních OC. Dá se očekávat snížení podílu nájemců se sortimentem móda a obuv, naopak se pravděpodobně zvýší podíl služeb a jiného sortimentu, který se dosud v OC vyskytoval pouze ojediněle, např. nábytek, kuchyňská studia, realitní kanceláře, personální agentury, pojišťovny, banky, prodejci automobilů a autodoplňků, taneční studia apod. V úvahu připadá i možnost využití OC k tzv. komunitním účelům a umožnit zde provoz např. úřadů práce, mateřských center apod.

Developeri a majitelé OC, a v konečném důsledku také zákazníci, se musejí připravit na častější fluktuaci značek. V mnohem hojnější míře než před dvěma třemi lety se totiž v nájemním mixu OC objevují subjekty mimo zavedené řetězce i franšízy, včetně ryze lokálních firem a jednotlivců. „Zpestří nabídku, ale nelze s nimi počítat jako se stabilním prvkem cash flow,“ doplňuje Lenka Vodrážková z DTZ. Podle DTZ tak nadcházející rok dva budou ve znamení živého pohybu na maloobchodním trhu, zejména mezi nájemci.

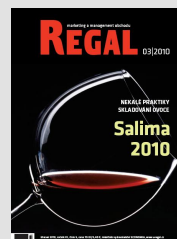
Výroba nábytku klesla o 16 procent

Podle údajů Asociace českých nábytkářů poklesla v minulém roce meziročně hodnota výroby nábytku v ČR o 16 % na 47,04 mld. Kč. V daném období se také snížil vývoz nábytku z ČR, a to z 44,43 mld. Kč v roce 2008 na 38,5 mld. Kč v loňském roce. Pokles byl patrný také v dovozu, který se snížil o 12 % na úroveň 22,5 mld. Kč. Celý sektor nyní zaměstnává 31 831 lidí, tedy o 5019 méně než před rokem. Očekává se další pokles zaměstnaneckých míst (zdroj: www.cceeretail.com).

Do Paříže s O2 Citi Classic kreditní kartou

Od 1. do 31. března 2010 mohou klienti Citibank vyhrát prodloužený víkend pro dva v luxusním hotelu v centru Paříže. Soutěže se mohou zúčastnit všichni držitelé O2 Citi kreditní karty, kteří během března provedou nákup, za něj zaplatí svou O2 Citi Classic kreditní kartou celkově nejméně 4000 Kč. Hlavní výhru – cestu do Paříže – a k tomu poukázku v hodnotě 5000 Kč na nákup elektro zboží vyhrává v pořadí každý 4000. nákup provedený účastníky soutěže během března. Kromě hlavních výher bude Citibank udělovat také vedlejší výhry – poukázky za 5000 Kč na nákup elektro zboží v síti prodejen Electro World. Vedlejší výhru vyhrává každý 400. nákup v pořadí.

Regal 3/2010 vyšel 17. 3.



V ČÍSLE M.J. NAJDETE:

- Salima 2010
- Skladování ovoce a zeleniny
- Nekalé praktiky v obchodě
- Fenomén grilování

Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Nejdražší průmyslové plochy světa

Studie Nejdražší průmyslové plochy světa, kterou každoročně vydává poradenská firma Cushman & Wakefield, je letos zveřejněna v souvislosti se zahájením mezinárodního realitního veletrhu MIPIM v Cannes. Hlavním hodnotícím kritériem je výše nájemného v moderních průmyslových objektech v nejlépejších lokalitách světa. „Nájmy za průmyslové plochy jsou důležitým ekonomickým ukazatelem, protože jsou úzce provázány s výrobou a poptávkou po spotřebním zboží. V loňském roce klesaly všude ve světě, koncem roku jsme však již zaznamenali náznaky stabilizace,“ říká Ferdinand Hlobil, vedoucí středoevropského průmyslového týmu v Cushman & Wakefield.

Cielo e Terra – nový obal ze skla

Řady stolních vín Freschello a Cielo společnosti Cielo e Terra jsou počínaje lednem 2010 baleny do odlehčeného skla Lean+Green od společnosti O-I. Navíc z každé prodané láhve vína věnuje firma prostředky na charitu, která se zabývá dodávkami nezávadné vody do chudobou postižených oblastí Sierra Leone. Tento jeden z největších producentů vína v italském regionu Veneto dokazuje novým obalem dvou nejoblíbenějších značek vína svou odpovědnost vůči životnímu prostředí i silný smysl pro sociální odpovědnost. Jako součást koncernu Gruppo Cantine dei Colli Berici sca (Skupina sklepů Colli Berici) je Cielo e Terra díky pečlivému marketingovému spojení kvality, ceny, obalu a poskytnutých služeb předním výrobcem vína baleného do láhvi o objemu 750 cl určeného pro italský maloobchodní trh.

QPG bude nově Avestus Real Estate

Developerická společnost Quinlan Private Golub (QPG) působící na trhu s realitami ve střední a východní Evropě oznamuje, že od 1. dubna 2010 bude na trhu operovat pod jménem Avestus Real Estate. Tato změna naznačuje progresivní plány firmy a jejich akcionářů a rozhodnutí využít předpokládaný cyklický obrat na trhu s nemovitostmi.

(Pokračování na stránce 2)

Katalog Makro Horeca vína

Společnost Makro C&C ČR připravila speciální nabídku neveřejného sortimentu určenou svým Horeca zákazníkům – nový katalog vín, na jehož stránkách se prezentují menší a středně velká domácí vinařství s víny, která nejsou zastoupena v běžném sortimentu firmy. Letos poprvé jsou navíc zastoupena vinařství všech velikostních kategorií. Od těch nejmenších, rodinných, která nepřesahují produkci 30 tisíc lahví za rok, přes ty střední, jejichž výroba vín se pohybuje okolo 150 tisíc lahví za rok, až po vinařství velkokapacitní. Od zařazení do katalogu si kromě zvýšení prodeje slibují i zvýšení povědomí o své nabídce mezi širokou veřejností. V katalogu jsou zastoupena také čtyři vinařství, která se dostala do finále prvního ročníku soutěže Vinařství roku – Sonberk, Moravino, Vinné sklepy Valtice a Vinselekt Michlovský, které se stalo vítězem.

Ústřice stále spíše pro gurmány

Ústřice, oblíbená pochoutka v Irsku, Holandsku a Francii, si našla své milovníky i v ČR. Celková spotřeba však není příliš vysoká a za posledních 15 let roste jejich prodej jen pomalu. „Ústřice se v ČR zabydly, ale jejich prodej a konzumace zůstávají dlouhodobě stejné a tvoří celkově pouze necelé procento prodeje ryb a mořských plodů. V loňském roce dokonce prodej ústřic mírně poklesl, naproti tomu například kategorie čerstvých ryb výrazně vzrostla o 30 %. Na růstu kategorie čerstvých ryb se výrazně projevují jak kuchařské tréninky organizované společností Makro, tak i televizní kuchařské show, které mají velký dopad na naše zákazníky,“ uvádí Bernard Schaut, nákupčí ryb, Makro C&C ČR. Prodej rovněž podpoří již 9. ročník mistrovství ČR v otevírání ústřic, který proběhne 27. března na pražském Staroměstském náměstí. Organizátorem je Pražský kulinářský institut a partnerem Makro Cash & Carry ČR, která je zároveň hlavním dodavatelem ústřic pro soutěž.



Na splátky v OBI hlavně na jaře

Podle údajů společnosti OBI Česká republika se v obchodech se stavebními, kutilskými a zahradními potřebami uskuteční 42 % splátkových prodejů od března do května. Spotřebitelské financování využívají v Čechách v 80 % případů lidé v produktivním věku od 30 do 59 let. Většinou se jedná o spotřebitele se středoškolským nebo nižším vzděláním, kteří jsou v zaměstnaneckém poměru. Převahu žadatelů o spotřebitelský úvěr tvoří muži. Na úvěr se nejčastěji nakupuje bílá a černá elektronika, nábytek a další vybavení domácností. Poslední dobou ale roste zájem o financování zahradní a drobné zemědělské techniky. Výše financované hodnoty se zpravidla pohybuje mezi 15 a 22 tisíci Kč. U zahradní techniky, stavebních a kutilských potřeb je výše nákupu na splátky v průměru 9500 Kč. Vliv na druh nakupovaného zboží má ale také sezonnost.

„S příchodem jara se lidé zpravidla připravují na novou sezonu. V březnu a dubnu u nás zákazníci nejčastěji nakupují sekačky, travní frézy, kultivátory a další zahradní techniku,“ informuje Jiří Gono, manažer mediální komunikace společnosti OBI Česká republika.

Komfort otevřel v Karviné

Komfort, řetězec mající ve střední Evropě více než 140 obchodů prodávajících podlahové desky, dřevěné podlahy, podlahové krytiny, PVC dlaždice a koberce, otevřel 13. března svůj první obchod v Karviné. Stal se pátou prodejnou firmy v ČR, letos by měly být otevřeny další čtyři. „Od začátku svého působení v regionu střední a východní Evropy dynamicky rozšiřujeme svou síť obchodů. V roce 2010 je plánováno otevření 37 poboček. Jsme velmi spokojeni s úspěšným fungováním našich prvních obchodů v Olomouci a v Plzni, pro tento rok připravujeme otevření dalších pěti poboček v České republice a dvou na Slovensku,“ uvádí Agnieszka Kowalska, partner private equity společnosti Enterprise Investors, která vlastní Sklepy Komfort's (Komfort Shops) od roku 2007.



Společnost GO! Czech Republic hlásí růst

Společnost GO! Czech Republic zaznamenala opět růst a posun na trhu. V současnosti má za cíl opět zdvojnásobit zisk a udržet nastolené tempo. K tomu jí má dopomoci zejména rozšiřování portfolia služeb a jejich stále rostoucí kvalita. V roce 2009 vzrostl celkový počet zásilek firmy o 31 %. Počet mezinárodních expresních zásilek tvoří téměř 90 % z celkového počtu zásilek. Podle jednatele společnosti Martina Koči by se měl tento trend zachovat i v budoucích letech. I přes nepříznivý začátek loňského roku se celkový obrát vyšplhal společnosti GO! o 5 %, zisk pak narostl o 105 %. Hlavní podíl na tom mělo zejména rozšiřování portfolia služeb společnosti, kvalitní zaměstnanecká struktura a hledání optimálního individuálního řešení pro klienta. Rok 2010 společnost bere jako další stupeň k posilování své pozice na českém trhu. Jako konkrétní vizi bere růst o dalších 19 %.

(Pokračování ze stránky 1)

Roger Dunlop, CEO Avestus Real Estate, komentuje: „Měli jsme štěstí, že jsme dokázali předpovědět mnoho makroekonomických jevů, které v posledních letech ovlivnily trh s realitami, a přijali jsme nezbytná opatření k zabezpečení našich projektů, týmu a investic. Nyní jsme v dobré pozici, která nám zaručuje rychlý posun v momentě, kdy dojde ke zvýšení aktivity na trhu a znovu se objeví atraktivní příležitosti, které očekáváme v blízké budoucnosti.“

Vyšší provozní zisk, ale i ztráta

Provozní zisk nizozemského maloobchodního řetězce Ahold v loňském roce stoupl o 8 % na 1,3 mld. eur (přes 33 mld. Kč). Podle ČTK to firma uvedla na svých internetových stránkách. Dodala však, že její aktivity v ČR a SR se propadly do provozní ztráty 76 mil. eur (2 mld. Kč) po zisku 1 mil. eur v předchozím roce. Celkové tržby firmy loni stouply o 9 % na 27,9 mld. eur. V ČR a SR se ale snížily o 5 % na 1,7 mld. eur. Mluvčí Ahold Czech Republic Libor Kytýr ČTK řekl, že loňská ztráta Aholdu v Česku a na Slovensku souvisí se značnými investicemi do tuzemské sítě prodejen Albert. „Ekonomické prostředí zůstává obtížné, ale my jsme prokázali schopnost přizpůsobit se a rychle a efektivně reagovat na změny,“ uvádí generální ředitel celé skupiny John Rishton. Upozorňuje, že spotřebitelská důvěra se pravděpodobně výrazněji nezlepší, dokud nezačne klesat nezaměstnanost.

Hornbach zvýšil tržby i přes recesi

Německý řetězec obchodů pro kutily a zahrádkáře Hornbach Group v uplynulém finančním roce končícím v únoru navzdory hospodářské recesi zvýšil tržby o téměř 4 % na 2,85 mld. eur (zhruba 72 mld. Kč). Podle ČTK to uvedla firma na svých internetových stránkách. V samotném Německu se tržby společnosti zvýšily téměř o 3 % na 1,58 mld. eur. Tržby stouply rovněž v celé západní Evropě. Ve východní Evropě, kde firma působí v České republice, na Slovensku a v Rumunsku, však tržby klesly. Společnost upozornila, že zákazníci se v době ekonomické krize více soustředili na své domovy a byli ochotni vynakládat peníze na jejich modernizaci či renovaci. Firma loni otevřela dva nové obchody v Rumunsku a ve Švýcarsku.

Vyšší pokuty na Slovensku

Obchodníkům na Slovensku budou za prodej zkažených potravin od května hrozit vyšší pokuty. Vyplyvá to z novely zákona o potravinách, kterou podle ČTK 10. března ve zrychleném čtení schválil slovenský parlament. Prodej nebaleného pečiva se ale nezpřísní tak výrazně, jak navrhovalo tamní ministerstvo zemědělství. Sankce se zvyšují kvůli výsledku nedávných kontrol, při nichž slovenská potravinářská inspekce odhalila v největších ob-

(Pokračování na stránce 3)

Národní značka kvality KLASA napadena

Po sedmiletém působení národní značky KLASA došlo k právnímu napadení tvůrci loga, které je založeno na jeho údajném neoprávněném využívání. Vlastníkem loga, vytvořeného v roce 2003 na zakázku, jakožto chráněné registrované ochranné známky, je Ministerstvo zemědělství ČR. To na základě licenční smlouvy z roku 2004 poskytlo Státnímu zemědělskému intervenčnímu fondu (SZIF) nevýlučné právo používat ochrannou známku po dobu trvání smlouvy v rozsahu Delimitačního protokolu Ministerstva zemědělství ČR ze dne 15. dubna 2004.

Kombinovaná ochrana této známky byla zapsána Úřadem průmyslového vlastnictví již 26. ledna 2005, přihláška byla podána na tento úřad 28. dubna 2004. Tato ochrana zahrnuje nejen slovní, ale i grafickou podobu loga. Ministerstvo zemědělství a SZIF řeší vzniklou situaci a výrobci KLASA budou o dalším postupu informováni.

„Zelená“ Vileda

O nové členy se od března rozrůstá rodina k přírodě šetrných výrobků značky Vileda ze „zelené“ řady Naturals. Po hadříčích je to také smeták, kýbl a plochý či střapcový mop, produkty vyrobené z obnovitelných nebo recyklovaných zdrojů (smeták Vileda Naturals 2v1, Naturals Eco flat mop a Naturals SuperMocio mop s Naturals SuperMocio kýblem). Na nečistoty a prach je určený Finger mop, novinka z „červené“ řady značky. Ten je tvořen deseti pevnými a přitom pružnými prsty, které se v případě potřeby snadno roztáhnou a poradí si tak s různými překážkami. Jeho součástí je také teleskopická tyč. „Maloobchodní cena „zelených“ novinek je stejná nebo i nižší než u produktů z „červené“ řady. Ceny jsme se rozhodli zachovat, i když je výroba těchto nových výrobků nákladnější,“ říká Petr Velička, zástupce značky Vileda.



Ručně vyráběné zmrzlinové kornouty

Společnost Fruitissimo se rozhodla rozšířit portfolio svých zmrzlinových kornoutů o zajímavou novinku, zmrzlinové kornouty vyráběné ručně přímo v provozovně. Přístroj na výrobu kornoutů se bude střídát na všech pražských i mimopražských provozovnách. Jednatel firmy Jan Hummel doplňuje: „Inspiraci pro tuto zvláštní službu spojenou s kopečkovou zmrzlinou jsme načerpali na veletrhu zmrzlin v italském městě Rimini. Věřím tomu, že vůně linoucí se od naší provozovny celým obchodním centrem bude fungovat jako magnet na všechny návštěvníky.“

Další z Tchibo ideas míří do prodeje

Do prodejní sítě se dostává další novinka navržená zákazníky v rámci interaktivního projektu Tchibo ideas. Je jí sada ohebných a nerozbitných květináčů ze silikonu. Crowdsourcingová platforma na webu www.tchibo-ideas.de propojuje designéry, vývojáře i koncové zákazníky a je místem, kde vznikají neotřelé nápady, stejně jako praktická řešení drobných každodenních problémů.

Tchibo uvádí ročně asi 1800 nových výrobků v rámci svých týdenních tematických kolekcí spotřebního zboží. Vedle spolupráce s designéry tak firma obohacuje vlastní vývojový proces i o spolupráci se širokou veřejností.

Kores – z ČR do celého světa

Společnost Kores, výrobce kancelářských a papírenských produktů, úspěšně dokončila přesun veškeré evropské výroby do České republiky. V současnosti má na světě dva výrobní závody – v jihoamerickém Mexiku a v českém Strmilově. V ČR nyní vyrábí lepicí tyčinky, razítkovací produkty, odvíjecí strojek pro lepicí pásky, korekční strojek a tekutá lepidla.

„Jsme rádi, že se nám podařilo zrealizovat rozšíření výroby ve Strmilově a že jsme se stali jediným výrobním závodem společnosti Kores v Evropě,“ říká Helmut Bruckner, jednatel společnosti Kores Praha. „Přesun pro firmu znamená jednoznačně zefektivnění výroby i distribuce a z dlouhodobého hlediska lepší řízení vývoje a inovací,“ dodává. Firma Kores je tradiční rodinný podnik, který vedou bratři Peter a Robert Koreskovi. Je na trhu od roku 1887 a dnes nabízí více než 1000 produktů v osmi produktových kategoriích. Obchodní společnost Kores Praha byla založena v roce 1993 a v současnosti má roční obrát přes 120 mil. Kč.



(Pokračování ze stránky 2)

chodních řetězcích nehygienické skladování potravin či přebalování masa s prošlou zárukou. Nejvyšší pokuta, která bude obchodníkům hrozit při prvním porušení zákona, vzroste na 500 tisíc eur (asi 12,8 mil. Kč) ze současných zhruba 330 tisíc eur (asi 8,5 mil. Kč). Při opakovaném potvrzení nedostatků během 1 roku se sankce bude moci zvýšit na 2 mil. eur (asi 51,3 mil. Kč), zatímco dosud činila asi 1,7 mil. eur (zhruba 43,6 mil. Kč).

Oděvní gigant Inditex zvýšil zisk

Největší evropský prodejce oděvů Inditex v uplynulém finančním roce navzdory hospodářské krizi zvýšil zisk o 5 % na 1,3 mld. eur (zhruba 33 mld. Kč). Podle ČTK to oznámila firma působící v ČR. Překonala tak očekávání analytiků, kteří počítali se stagnací zisku. Tržby španělské společnosti, která vlastní řetězec prodejen Zara, se ve finančním roce končícím v lednu při stálých měnových kurzech zvýšily o 14 %. Inditex tak podobně jako švédský konkurent H&M ukázal odolnost vůči ekonomickému útlumu v Evropě a USA, protože se mu podařilo přilákat zákazníky nabídkou módního a cenově konkurenceschopného zboží. Firma také uvedla, že v letošním roce zatím vykazuje silný růst tržeb.

Personálie

- Generálním ředitelem společnosti Sodexo v ČR je od začátku března Christoph Aumüller, který ve funkci vystřídal Darii Lamžovou. Sdělila to mluvčí firmy Darina Rösslová. Christoph Aumüller hodlá zvýšit ziskovost společnosti a zrychlit její rozvoj. Před dvěma a půl lety nastoupil do Sodexo Group, kde působil jako ředitel pro globální strategii plánování, později řídil strategii celé Evropy.
- Na pozici senior manažera v oddělení Poradenství pro řízení lidských zdrojů (HRM) společnosti PricewaterhouseCoopers Česká republika nastoupil Petr Draxler. Na dalším rozvoji služeb v oblasti řízení lidských zdrojů bude úzce spolupracovat s Branislavem Hunčíkem, ředitelem v oddělení HRM.
- Společnost CB Richard Ellis oznámila povýšení Adriana Fluecka do pozice analytika a zároveň jmenování Jose Trompa členem RICS, Královské instituce diplomovaných znalců.
- Robert Lobovský, dosavadní manažer rozvoje zahraničního obchodu Plzeňského Prazdroje, bude nově zodpovědný za mezinárodní marketing značky Pilsner Urquell ve všech evropských zemích, kde nepůsobí pivovary SABMiller. Ve firmě pracuje od roku 2003. Po roce práce v Lidských zdrojích přešel do exportu jako manažer rozvoje zahraničního obchodu. Dva roky se staral o východní Evropu a Střední a Blízký východ, v dalších třech letech měl v péči severní Evropu.