

line REGAL

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 35/10, 26. 10. 2010

Neobsazenost českých skladů výrazně poklesla

Míra neobsazenosti moderních logistických a průmyslových nemovitostí v ČR ve 3. čtvrtletí výrazně poklesla. Po kulminaci volných skladových ploch ve 3. čtvrtletí 2009, kdy neobsazenost dosahovala více než 18 %, spadla postupně pod 12 %. Aktuálně čeká podle mezinárodní poradenské společnosti DTZ na nájemce zhruba 409 tisíc m² moderních skladových ploch. Nejvýraznější pokles neobsazenosti byl zaznamenán v západních Čechách v okolí Plzně, kde se mezikvartálně snížila z 20 % na 10 %, a v Moravskoslezském kraji, kde došlo k poklesu z 31 % na 21 %. Na Ostravsku však nadále zůstává druhá nejvyšší neobsazenost, hned po střední Moravě. V okolí Prahy neobsazenost poklesla ze 17 % na 14 %.

V celé ČR vystoupal ve 3. čtvrtletí 2010 celkový objem skladových a výrobních nemovitostí k 3,43 mil. m² plochy. Od července do konce září přibýlo 74 tisíc m² nově dokončených skladů – např. Logistics Park Lovosice (42 tisíc m²) developera HB Reavis plně pronajatý ČD Cargo, či budova 13.2 (28 400 m²) v CTParku Ostrava. Ve výstavbě je nyní přibližně 93 tisíc m² moderních skladovacích ploch.

Dohromady bylo ve 3. čtvrtletí pronajato 206 100 m², což je stejně jako v minulém čtvrtletí, ale téměř dvojnásobek ve srovnání 3. čtvrtletí roku 2009. Realizovaná poptávka, očištěná o předjednané nájemní smlouvy (celkem 139 900 m²), by znamenala o 21 % horší výsledek než v 2. čtvrtletí, avšak o 121 % více oproti 3. čtvrtletí minulého roku.

„Nejvyšší celková poptávka byla realizována v širším okolí Prahy, z 62 % ji ovšem tvořila předjednání stávajících nájemních smluv. Na druhou stranu západní Čechy a Plzeňsko zaznamenaly s 32% podílem již druhé po sobě jdoucí čtvrtletí největší objem nových nájemních smluv. Nájemce na Plzeňsko přilákaly především výhodné podmínky pronájmu,“ komentuje Lenka Šindelářová, analytička DTZ.

Největší nový pronájem ve 3. čtvrtletí byl podepsán na CTParku Ostrava výrobcem brzd Brembo (25 600 m²), společnost Trost, distributor náhradních dílů, si pronajala 22 500 m² v Nýřany Orange Parku a poskytovatel logistických služeb Sumitomo získala 16 tisíc m² v CTParku Plzeň. Největší transakcí ve 3. čtvrtletí – a dosud za celý rok 2010 – však byla renegociace nájemní smlouvy logistickou společností HOPI v Pointpark Prague D1 (45 800 m²).

Koncoví uživatelé byli aktivnější (39 %) než poskytovatelé logistických služeb třetím stranám (36 %). Výrobní společnosti uzavřely 25 % nových pronájmů. „Právě ze struktury nájemců je možné odvozovat celkové zlepšení vnímání očekávaného budoucího vývoje ekonomiky. Z toho vyplývá i odvaha uzavírat dlouhodobější závazky, tedy i nájemní smlouvy,“ komentuje Martin Šumera, senior industrial agent DTZ. Průměrná velikost transakce se ve 3. čtvrtletí zvýšila na 7360 m², ve 2. čtvrtletí to pro srovnání bylo 5871 m². Vysvětlením je především několik velkých transakcí, jelikož střední velikost pronájmu dosáhla jen 3400 m² oproti 4500 m² ve 2. čtvrtletí 2010.

Nominální nájemné zůstalo v Praze stabilní na úrovni 3,60 až 4,30 eur za m² a měsíc, v regionech se nájemné pohybuje v rozmezí 3,60 až 4,25 eur. Pokles volných prostor v západních Čechách měl za následek také lehké zvýšení nájemného. Poté, co nájemné v minulém roce pokleslo až na 3,20 eur, se nyní pohybuje v rozmezí 3,60 až 4,00 eur za m². V lokalitách s vyšší neobsazeností pronajímatelé stále nabízejí nájemcům atraktivní pobídky. DTZ očekává, že nejvyšší dosahované nájemné by mělo opět začít růst v roce 2011.

Old El Paso v hypermarketech Tesco

V listopadu proběhnou v pražských hypermarketech Tesco ochutnávky výrobků značky Old El Paso. Zastoupení této světové jedničky na trhu mexických potravin převzala od letošního května společnost F.W. Tandoori. Nabízí prvotřídní kvalitu oblíbených tortil, chipsů, dip omáček, stejně tak i dinner kity se všemi důležitými ingrediencemi k přípravě Fajitas, Burritos, Enchiladas a Tacos. Ochutnávky se uskuteční vždy od 11 do 17 hodin v hypermarketech Tesco: Skalka 11. a 12. 11., Novo Plaza 13. a 14. 11., Nový Smíchov 15. a 16. 11., Letňany 17. a 18. 11., Eden 19. a 20. 11. a Zličín 21. a 22. 11.

Regal 10/2010

vyšel 13. 10.

V čísle mj. najdete:

- Starší zákazníci
- Obal roku
- Shopper marketing
- Exotika a luxus

Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Právníci zachránili spotřebitelům 3,5 mil. eur

Celkem 270 tisíc kontaktů se spotřebiteli ze zemí Evropské unie zaznamenala v posledních pěti letech síť Evropských spotřebitelských center. Její poradci a právníci lidem zachránili v přímých sporech jen v roce 2008 částku 3,5 mil. eur, když jim smírnou cestou a bezplatně pomohli vyřešit spor s prodejcem z jiné země EU, Norska či Islandu.

Jiným poradili ohledně jejich spotřebitelských práv na evropském trhu buď před samotným nákupem v zahraničí, nebo v případě již probíhajícího sporu. Údaje vyplývají ze zprávy vydané u příležitosti pátého výročí založení sítě Evropských spotřebitelských center. Zprávu zveřejnila Evropská komise.

Více zásilek pomocí elektromobilů

Společnost TNT Express France nasadila v Paříži do provozu dalších 15 vozidel na elektrický pohon. Pařížská flotila firmy se tak rozrostla o 12 tricykly, dva elektromobily Micro-Vett a dodávku značky Modec. Francouzská TNT nyní provozuje v deseti městech celkem 45 vozů s nulovými emisemi. TNT Express začala používat tricykly k doručování lehkých zásilek v Paříži již začátkem tohoto roku v reakci na neustále rostoucí hluk, znečištění a dopravní zácpy, které přepravu ve městech provázejí.

Podle TNT obsluhují pařížští kurýři na trojkolkách měsíčně 12 tisíc zákazníků a přepraví na 20 tisíc zásilek lehkých než 30 kg. Tricykly mají přepravní kapacitu až 2 m³, nosnost je téměř 80 kg.

Vztah se mění, prioritou zůstávají náklady

Většina předních průmyslových společností stále považuje za prioritu při řízení dodavatelských řetězců náklady. Je tomu tak přesto, že zvýšená pozornost věnovaná nákladům v mnoha případech narušila dobré vztahy s dodavateli. Mezi lídry oboru se zároveň začínají objevovat zcela nové strategie řízení

(Pokračování na stránce 2)

Projekt LGL přinese spolupráci moravských vinařů

Tři významná moravská vinařství – Reisten, Nové Vinařství a Vinařství Špalek, která hospodaří ve zcela odlišných půdních podmínkách, založila skupinu LGL. Záměrem projektu LGL (Lime = vápenec, Granite = žula, Loess = spraš) je nabídnout bohatou paletu různých stylů vína ovlivněných právě místem vzniku. Zakladatelé LGL budou pořádat společné akce pro milovníky vína, organizují klub LGL, ale počítají i se spoluprací při prodeji vína, marketingových aktivitách či účasti na mezinárodních výstavách. „Již nyní jsme se shodli na spolupráci v obchodní oblasti. To například znamená, že odběratelům v oblasti gastronomie budeme naše vína nabízet společně, budeme koordinovat naši politiku v oblasti cen či slev,“ říká ředitel Nového Vinařství Marek Špalek. Sdružení si rovněž našlo jednoho společného zástupce pro export svých vín na Slovensko.

První obchod Tchibo v novém designu

Dne 14. října byl v libereckém OC Nisa otevřen první obchod Tchibo, který se českým zákazníkům představuje ve zcela novém designu. Firma Tchibo Praha má své obchody, které spojují kavárnu, prodej kávového sortimentu a spotřebního zboží v nákupních centrech velkých i středních měst v celé ČR i na Slovensku.

Obchody mají jednotný design, vycházející z osvědčeného modelu 3 v 1. Na ploše asi 80 až 100 m² tak zákazníci najdou kavárnu pro posezení, pultový prodej kávy na doma i stále se měnící nabídku spotřebního zboží na týdně nová témata. Navíc si zde lze pořídit systém Cafissimo pro výrobu kávy z kapslí v klasickém černošedém designu i v limitovaných barevných edicích. Dalším zpestřením je obohacení sortimentu spotřebního zboží o stálou kolekci výrobků pro kávový požitek, navržených ikonou světového průmyslového designu, Sirem Terencem Conranem.



Pampers Premium Care se systémem Dry Max

Novinkou na trhu jsou plenky Pampers Premium Care s revolučním systémem Dry Max. Díky nim jsou ultrasuché, a přesto tenčí až o 20 %. „Naprostě průlomový design je výsledkem více než desetiletého vývoje, do kterého přispěly zkušenosti tisíce maminek z celého světa. Na jeho konci stojí naše nejsušší a nejtenčí plenka, kterou jsme doposud vyvinuli, plenka s nejdokonalejší schopností chránit jemnou pokožku dítěte tak, že mu nic nestojí v cestě vnímat skutečný význam každého přijímaného doteku,“ dodává brand PR specialist společnosti Procter & Gamble Juraj Králik. Tento výrobek plně nahrazuje řadu Pampers Premium Care, přičemž je zachována velikost množství i cena (doporučená MOC je 299 Kč).

Maso a uzeniny redesignují

Po lednové fúzi společností Kostecké uzeniny a Maso Planá nyní čeká obě značky redesign. Maso Planá je značka cílená na mladší generaci do 45 let, která si ráda usnadní práci v kuchyni tak, aby se pro ni stala zábavou. Kostecké uzeniny se profilují jako kvalitní česká značka s tradicí sahající až do roku 1917 a jako tvůrce chuťových zážitků.

„Redesign obalů výrobků Kostecké uzeniny a Maso Planá byl nutný z hlediska jejich vymezení na trhu masných výrobků. Obě značky teď mají konkrétní komunikační strategii, která účinně osloví cílovou skupinu,“ dodává generální ředitel společnosti Pavel Kváč. Sortiment firmy je tak rozdělen do dvou skupin, z nich každá má svůj příběh, který bude dále podporován inovacemi. Produkty v nových obalech jsou na pultech obchodů k vidění od září 2010.



Češi na Vánoce utratí za dárky více

Jak ukázal průzkum společnosti Unilever (8-9/2010, reprezentativní vzorek 500 respondentů), skoro 70 % Čechů utratí za dárky více než v loňském roce. Tato pozitivní zpráva přišla po poklesu v předchozím roce, kdy Češi šetřili především na vánočních dárcích. Tento nákupní trend se dotkl dokonce i skupiny lidí s nejnižšími příjmy, kteří se rovněž rozhodli přestat šetřit a utratit za dárky více. K žádné změně dlouhodobě nedochází u potravin a jídla, Češi si na Vánoce dopřávají dostatek kvalitních pokrmů. „Největší rozdíl jsme zaznamenali u skupiny obyvatel s nejnižší příjmem, u které se předpokládá, že letos utratí za domácnost průměrně 5322 Kč namísto loňských 4764 Kč. Tento trend dokazuje i fakt, že oproti předcházejícím Vánocům se chystají nejvíce šetřit lidé s vyššími příjmy; v roce 2009 to bylo 12 592 Kč a letos je to 11 232 Kč. Dá se tak říci, že se výdaje za vánoční dárky u nejbohatších a nejméně příjmových skupin postupně přibližují,“ říká Petr Hantych, regionální manažer business analýz, Unilever CEE a Rusko.

(Pokračování ze stránky 1)

dodavatelských řetězců, jež jim mají pomoci lépe řídit rizika a získat konkurenční výhodu. Tyto informace přináší aktuální studie celosvětové sítě poradenských společností KPMG, Global Manufacturing Outlook – Relationships, Risk and Reach. Předmětem průzkumu byly především změny v řízení dodavatelských řetězců způsobené ekonomickou nejistotou.

Propojení logistického terminálu s železniční sítí

Spojení železniční a silniční přepravy umožňuje nově vybudovaná 414 metrů dlouhá železniční vlečka a krytá nákladní rampa. Vlečka napojuje nejmodernější terminál DB Schenker v Evropě přes průmyslovou oblast Aupoint na evropskou železniční síť. Logistické centrum v Salzburku, do jehož výstavby investoval DB Schenker 26 mil. eur, slouží jako významné překladiště pro toky zboží v Evropě. Komplex zaujímá rozlohu 80 tisíc m² a je tvořen rozsáhlým překladištěm o rozloze 10 tisíc m², skladovou halou a kancelářskou budovou.

„Po napojení vlečky na železniční síť představuje náš terminál plně vybavený multifunkční hub. Naším zákazníkům nyní nabízíme veškerý komfort železničních přeprav všude tam, kde je to pro ně výhodné,“ říká Karl Nutzinger, člen představenstva Schenker AG zodpovědný za pozemní přepravy.

OKI snižuje emise CO₂

Společnost OKI snížila díky dlouhodobé strategii spotřebu elektrické energie v evropské továrně o 600 kWh, což odpovídá ekvivalentu 315 tun emisí CO₂.

Závod výrobce tiskových zařízení snížil během dvou let spotřebu elektřiny o 17 %, tedy o téměř trojnásobek stanoveného limitu, který si vedení společnosti předsevzalo splnit do roku 2012. Firma toho dosáhla díky vytvoření menších světelných zón, sektorové klimatizaci či zredukováním počítačových serverů na polovinu.

„V roce 2008 jsme se rozhodli jít cestou, která je vstřícná vůči životnímu prostředí. Proto jsme si dali za cíl celosvětově snížit emise CO₂ v našich závodech o šest procent,“ říká Harushige Sugimoto, prezident OKI Data Corporation, a dodává, „kvůli klimatickým změnám, které se na naší planetě odehrávají, je snižování spotřeby elektrické energie velmi důležité.“

Finové chtějí i českou slivovici

V listopadu začne ústecká likérka Granette vyvážet do Finska také slivovici. Po loňském úspěchu s emulzním likérem Vaječný sen se firma letos stala vítězem finského tendru na dovoz slivovice. Jedná se o produkt Granette Premium Slivovice 42% v lahvích 0,7 l.

(Pokračování na stránce 2)

Masscouture nabízí ručně šité košile a obleky

Necelý rok je na trhu služba Masscouture, přičemž vytvoření zázemí a logistického systému spolu s optimalizací výroby a propagací trvalo asi pět let. Na www.beg.masscouture.com lze vyplnit své míry a představy o obleku a pak už jen počkat, až nový, ručně šitý a originální oblek dorazí na udanou adresu. Především v Německu má tato služba velký úspěch, v České republice se objevuje až letos. Anton Vaskovskiy, jednatel společnosti, vysvětluje svůj záměr: „Zavedení služby Masscouture v Česku bychom chtěli pojmut jako jakýsi experience marketing. Cílová skupina pro nás představuje tvůrčí osobnosti, jež jsou originální a svoji individualitu se snaží prosazovat.“

Amundsen vodka s novou recepturou i lahví

Deset let po premiéře získává Amundsen vodka, jedna z nejoblíbenějších značek ve své kategorii, nové složení i obal. Se zásadně vylepšenou recepturou a exkluzivní lahví Amundsen vodky hodlá společnost Stock Plzeň nabídnout spotřebiteli ten nejlepší produkt. „Přestože právě vodky jsou mimořádně konkurenčním prostředím, věříme, že existuje prostor pro vodu s vynikajícími parametry a zároveň příznivou cenou,“ uvádí generální ředitel Stocku Plzeň Petr Pavlík. Start nové Amundsen vodky podpoří firma zaváděcími cenami a rozsáhlou marketingovou kampaní, která bude zahrnovat televizní spot, tiskovou reklamu i propagaci prostřednictvím internetu. V místě prodeje Stock Plzeň připravuje například letákové akce či spotřebitelské soutěže.



Minerální kosmetika Lily Lolo na českém trhu

Společnost Heaven4skin od září letošního roku uvádí na trh novinku v dekorativní kosmetice. Je to 100% přírodní minerální kosmetika Lily Lolo vyráběná v Anglii. Lily Lolo je v západní Evropě známou a ověřenou značkou, kterou používají vyhlášené salony krásy po celé Británii. Stala se doslova kultovní záležitostí, a to hlavně díky svému čistě přírodnímu složení nezatíženému syntetickými látkami. „Lily Lolo nabízí velmi kvalitní a účinnou řadu dekorativní kosmetiky zahrnující make-upy, korektory, fixační pudry, bronzery, tvářenky, oční stíny, tužky na oči a lesky na rty v nepřeberném množství odstínů a barev. Přípravky nejsou testovány na zvířatech a neobsahují žádné parabeny, umělá barviva nebo parfemaci, které mohou pleť dráždit, a jsou proto vhodné i pro velmi citlivou a problematickou pleť,“ vysvětluje Iveta Němcová z firmy Heaven4skin, která je distributorem značky Lily Lolo v České republice.

XCLNT třetinka a tenisky Botas

Gambrinus na podzimní trh přináší nové balení piva 11° XCLNT s obsahem alkoholu 4,7 %. Jedná se o originální, stylovou a prémiově stavěnou lahev o objemu 0,33 l, která byla exkluzivně vyvinuta pro kluby, diskotéky a bary. K dostání je od 1. října a podporuje hudební akce podzimu – Bigg Boss Jam a turné skupiny Toxique k nové desce. Současně s lahví byly nadesignovány i boty. Limitované edice tenisek Botas 66 XCLNT vycházejí z modelu Botas Classic 66, který v loňském roce získal Národní cenu za studentský design. Od října jsou tyto boty k dostání v běžné síti prodejen Botas.



Výsledky dm ovlivňuje kontinuita a kreativita

Dne 30. září 2010 ukončila společnost dm drogerie markt obchodní rok 2009/2010, v jehož rámci dm Česká republika zvýšila obrát o více než 12 % na 5370 mil. Kč. Podle Gerharda Fischera, jednatele dm Česká republika, firma hlavně díky kontinuitě a kreativě výrazně posílila podíl na českém drogistickém trhu, a to o 1,8 % (zdroj: Nielsen Summary Level Report Drug, 9/09 – 8/10 vs. 9/08 – 8/09). Díky expanzi byla celková prodejní plocha v ČR zvětšena o více než 20 % na 55 252 m². V ČR bylo v dané periodě otevřeno 28 nových prodejen dm a dalších osm bylo zrenovováno. K 21. říjnu 2010 provozovala dm v České republice 198 prodejen. Na další obchodní rok tato síť drogerií plánuje investice ve výši 235 mil. Kč, z toho 210 mil. na výstavbu a renovaci. V příštím obchodním roce je plánováno otevření 25 nových prodejen a na další tři až pět let Gerhard Fisher předpokládá podobný vývoj jako v minulých dvou letech.

(Pokračování ze stránky 2)

„Každého takového tendru se zúčastňuje mnoho firem z celého světa, včetně těch větších výrobců z České republiky. Přestože naše líčérka nepatří mezi typické výrobce slivovice – ty bychom našli spíše na Moravě – ve dvoukolovém tendru jednoznačně zvítězila,“ říká Martina Weberová, manažerka marketingu Granette. První kamiony se slivovici budou do Finska vypraveny už v první polovině listopadu, aby si tamní spotřebitelé na ni mohli pochutnat již o vánočních svátcích.

DHL rozšiřuje letové trasy

Logistická společnost DHL rozšířila své lety o tři nové trasy mezi Evropou, Blízkým východem a Jihovýchodní Asii. Lety na těchto trasách zajišťuje společnost AeroLogic, společný podnik DHL Express a Lufthansa Cargo. Ken Allen, ředitel DHL Express, zdůrazňuje, že nové trasy významně přispějí k upevnění pozice DHL na trhu.

„Jsme hrdí, že můžeme jako první představit služby, které zlepší spojení mezi světovými trhy. O expresní přepravu zboží a dokumentů mezi trhy v Evropě, Jihovýchodní Asii a Blízkým východem je stálý zájem a naše nové trasy nabídnou zákazníkům více flexibility při současném zvýšení kapacity,“ říká.

Personálie

- Do funkce generálního ředitele společnosti Henkel ČR nastoupil s účinností od 1. října 2010 Rudolf Steger. Na 14 měsíců vystídá dosavadní generální ředitelku Jaroslavu Haid-Jákovou, která se bude v následujícím období věnovat mateřským povinnostem. Rudolf Steger bude současně zastávat funkci finančního ředitele firmy, ve které působí již dva roky.
- Tři noví specialisté posílili pražskou kancelář mezinárodní poradenské společnosti DTZ. Svůj tým rozšířila oddělení investic, oceňování nemovitostí a pronájmů kancelářských nemovitostí. Ve všech případech jde o mladé odborníky se zkušenostmi ze zahraničí. Z Velké Británie přesídlil do Prahy Daniel Kye, aby na pozici graduate valuer pomohl expandujícímu týmu oceňování nemovitostí. Nizozemský pas má Petr Holub, nová posila oddělení pronájmu kancelářských prostor. Plynul ruský a anglický jazyk pak kromě jiných předností nově nabízí investičnímu oddělení DTZ Olesya Epps, která v České republice působí přes sedm let.
- Do výzkumné a field-marketingové agentury ppm factum nastoupil v říjnu Otakar Jirgl. Posledních jedenáct let působil v marketingu Nestlé, nejprve v ČR, poté ve švýcarské centrále a následně v Nestlé Rusko. Od roku 2008 řídil marketing cukrovinek v Nestlé Česko, naposledy v divizi nečokoládových cukrovinek. V Nestlé nyní marketing cukrovinek kompletně zastřešuje Karsten Kühme.