

REGAL^{line}

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 41/10, 7. 12. 2010

Průmyslová architektura může developerům pomoci

Nový Anděl, Vaňkovka, Palladium. To jsou tři příklady úspěšných komerčních projektů, které ve větší či menší míře zužitkovaly potenciál bývalých industriálních či historických objektů, na jejichž místě vyrostly. Podle mezinárodní poradenské firmy DTZ hodnotné prvky průmyslové architektury skutečně mohou pomoci developerům v konkurenčním boji o nájemce, případně i koncové zákazníky. Jak ale upozorňuje Lenka Vodrážková, head of Asset Management DTZ, je nutné odlišit stránku architektury či designu a nákladů na straně developera i nájemce. „O atraktivitě staveb pracujících s historickým kontextem místa není sporu. Vědomí jsou si toho i typy nájemců hledajících originální prostory s přidanou kreativní hodnotou. Proti konverzím hovoří, zvláště v současné době, handicap v podobě zpravidla vyšších stavebních nákladů,“ dodává Lenka Vodrážková, podle které se nedaří změnit situaci, kdy jsou developéři rekonverzí, či dokonce regenerace brownfieldů v segmentu průmyslových prostor v nevýhodě kvůli vyšším nákladům. Ty způsobují často jednak ekologické zátěže (v případě skladů či výrobních prostor), jednak častý památkových statut objektů v centrech měst. „Nastává tak paradox – zatímco volných ploch na nový development na atraktivních místech se nedostává, rekonstrukce a revitalizace ekonomicky často nevycházejí,“ uvažuje Bert Hesselink, vedoucí oddělení pronájmů DTZ. Podle DTZ by právě v této době byly na místě stimuly pro developery, kteří se programově nesoustředí na nezastavěná území měst a obcí, nemusejí usilovat o změnu územních plánů a přináší do měst novou architektonickou hodnotu.

O atraktivitě projektů, jejichž investoři se s architekty rozhodnou navázat na průmyslové dědictví, svědčí například chystané obchodní centrum Breda & Weinstein v Opavě. Developerovi se podařilo využít přednosti původního objektu ve stylu německého expresionismu a skloubit jej s požadavky retailových nájemců, stejně jako s příjemným prostředím pro návštěvníky. Jinou ukázkou by mohl být již dokončený kancelářský komplex Classic 7 v Holešovicích, využívající potenciál zastavěných celků metropole oproti zeleným loukám v jeho okolí. „Nechtějí-li města řešit problém úbytku návštěvníků, a tedy zákazníků, v centrech měst, měla by podobné záměry maximálně podporovat. Příklady, jak na to, vidíme v západní Evropě, kde jsou striktní pravidla pro výstavbu a vždy musí být dána přednost revitalizaci před zástavbou nových území,“ doplňuje Lenka Vodrážková. Odborníci DTZ se shodují, že vyššímu počtu projektů revitalizace či rekonverzí industriálních staveb by pomohly výraznější restrikce pro výstavbu na zelené louce, o nichž se nyní uvažuje v souvislosti s boomem solárních elektráren, a daňové zvýhodnění developerů stavějících na brownfieldech či pracujících s průmyslovou architekturou. „Opět – i zde máme bezpočet možností a příkladů ze zahraničí, jak zájem developerů o tyto objekty oživit a snížit počet jejich demolice či necitlivých přestaveb. Vzhledem k tomu, že regenerace brownfieldů a rekonverze původních objektů představují vyšší náklady a riziko pro developery, měla by města pomoci tyto rizika snižovat, a nemusí jít pouze o finanční či daňové incentivy, ale např. flexibilním přístupem v procesu územního plánování a stavebního řízení,“ říká Lenka Šindelářová, analytička DTZ, jež se dlouhodobě věnuje regeneracím měst ve vztahu k developerským projektům.

Odvrácenou stranou palčivého problému je skutečnost, že budov s industriální minulostí, na zajímavých místech s dobrou dostupností konkrétně v Praze mnoho nezbyývá. A o zbytek se navíc

(Pokračování na stránce 2)



Regal 12/2010

vyjde 14. 12.

V čísle mj. najdete:

- Označení původu
- EuroShop 2011
- Čárové kódy
- Speciální potraviny



Předplatné na www.eregal.cz

economia

OBSAH ROZHODUJE

Unilever sníží vliv svých produktů

Společnost Unilever v polovině listopadu oznámila ambiciózní plán s názvem Sustainable Living Plan, který staví na první místo udržitelnou spotřebu tím, že odděluje cíle růstu společnosti od cílů v oblasti udržitelnosti. Firma si dala za cíl do roku 2020 snížit na polovinu emise skleníkových plynů, spotřebu vody a množství odpadů z celého produkčního cyklu i používání výrobků spotřebiteli.

Sustainable Living Plan má celkem 50 společenských, ekonomických a ekologických cílů. To, co dělá plán zajímavým, je jeho zaměření na vliv dodavatelů a vliv výrobků Unilever při používání spotřebiteli. Téměř 66 % emisí skleníkových plynů a 50 % spotřeby vody životního cyklu výrobků Unilever se odehrává při jejich spotřebě. Více na www.sustainable-living.unilever.com.

LG získalo 12 ocenění

Asociace CEA (Consumer Electronics Association) ocenila design a technologii produktů LG Electronics prostřednictvím 12 ocenění CES 2011 Innovations Awards. Mezi nimi vyniká CES 2011 „Nejlepší z inovací“ (CES 2011 „Best of Innovations“) v kategorii video displejů za 55“ Full LED HDTV s 3D funkcemi a připojením k internetu. Produkty LG Electronics byly oceněny v devíti kategoriích: video displeje, on-line audio/video obsah, video komponenty, přenosné přehrávače médií, integrované domácí systémy, počítačové příslušenství a zásadní domácí spotřebiče.

CES Innovations Awards každoročně uděluje porota designérů, inženýrů a novinářů z odvětví spotřební elektroniky, kteří hodnotí produkty na základě kritérií, jako je uživatelská hodnota, estetičnost, inovace designu, kvalita a zlepšení kvality života.

1.- 2.2.2011 | TOP HOTEL PRAHA

**JAK PŘEŽÍT?
Inovovat!**

Mediální partner: **REGAL**

XVII. ROČNÍK



**RETAIL
SUMMIT** 2011

www.retail21.cz/summit



(Pokračování ze stránky 1)

často vedou soudní spory nebo jsou zakonzervovány samotnými developery. Podle všeho tedy metropole svůj potenciál v centru již využila, či naopak prohospodařila. Stále však zbývá dostatek areálů či objektů na okraji města, které by při dostupnosti a transparentnosti dotačních titulů (či daňových úlev) mohly sloužit novému účelu, obohatit architektonickou podobu města a diverzifikovat nabídku trhu nemovitostí. „Ta doba dříve nebo později nastane, stejně jako v západní Evropě. A bylo by dobré, aby na ni byli všichni připraveni,“ uzavírá Bert Hesselink.

Jameson uvádí kultovní filmy

Kombinace whiskey Jameson a kultovních filmů ve stylovém balení představuje Jameson Cult Film Club, který nyní vstoupil i na půdu ČR. Sérii netradičních filmových projekcí zahájili Větřelci, kteří vpadli do pražské La Fabriky v listopadu. Hosté měli příležitost zhlédnout tento film v netradičním prostředí a ve vysoké kvalitě z Blu-ray disku. Brand manažerka irské whiskey Jameson pro ČR Michaela Spickett komentuje: „Jsem velice ráda, že se tak úspěšný zahraniční projekt, jakým Jameson Cult Film Club bezesporu je, konečně dostal i k nám do České republiky. A že jsme to právě my, kdo můžeme filmovým fandům nabídnout něco víc než nudné pohodlné sedačky a kila popcornu. Pevně věřím, že tento projekt bude mít u nás úspěch a že už teď se fanoušci kultovních filmů těší na další promítání.“ Více na www.jamesoncultfilmclub.cz.



Úspory v kapse

Zábavná informační kampaň ke stahování 75W žárovek „Úspory v kapse“ vyhlášením vítězů tipovací soutěže neskončila. Aktivita, která využila soutěž jako hlavní komunikační nástroj, pokračovala v listopadu dále, a to formou road show po pražských obchodních centrech. Návštěvníci se mohli zúčastnit víkendové soutěže o ceny, obdržet balíček sladkostí a pozornosti od partnerů projektu či získat informace, jak optimalizovat náklady za elektrickou energii. Road show navštívila 13. a 14. 11. Centrum Chodov a hry se zúčastnilo téměř 200 soutěžících. Další zastávkou byl Palác Flóra, ve kterém se o víkendu 20. a 21. 11. soutěžilo ve šroubování na čas. Partneri projektu jsou společnosti Pražská energetika, Osram, Whirlpool, United Bakeries a pozornosti do dětského koutku věnoval časopis Čtyřlístek. Více na www.usporyvkapse.eu.

Platforma masa v Poličce otevřena

Společnosti Makro Cash & Carry ČR a ZŘUD Masokombinát Polička zahájily 30. 11. plný provoz platformy masa v Poličce. Slavnostního zahájení provozu se vedle generálního ředitele Makra Axela Hlučeho a generálního ředitele Masokombinátu ZŘUD Aleše Hantsche účastnili mj. František Sládek, poradce náměstka ministra zemědělství, Jaroslav Martinů, starosta Poličky, a Pavel Bohatec, náměstek sekce potravinářské výroby – Úřad pro potraviny. Nová platforma, jež je výsledkem strategické spolupráce mezi oběma firmami, umožní rychlejší zpracování masa a rozšíření nabídky pro zákazníky. Makro chce především využít know-how a specializace jednoho z největších producentů masa v České republice pro svou mezinárodní síť velkoobchodů.



Monello míří počtvrté do České republiky

Italská tradice příchodu prvního oleje sezony se začíná pomalu postupně slavit také v České republice. Dne 15. 11. k nám již počtvrté dorazil extra panenský olivový olej z první sklizně oliv Monello. Italové tuto specialitu vždy netrpělivě očekávají a těší se, že si ji vychutnají jen tak s pečivem nebo v sytých podzimních polévkách. Monello je sezonní delikatesa, kterou vyrábí rodinná firma Monini jen v limitovaném množství, proto je k sehnání jen po omezenou dobu od listopadu do ledna. Konkrétně v hypermarketech Albert v Praze a Brně nebo v e-shopu www.zdravanota.com za zhruba 250 Kč.

Kolonáda slaví speciální edici

Málokdo ví, že lázeňské oplátky spatřily světlo světa poprvé v Mariánských Lázních už v roce 1856. A protože je to již 155 let, připravily lázeňské oplátky Kolonáda a společnost Kraft Foods speciálně k oslavě tohoto výročí novinku Kolonáda Tradiční lázeňské oplátky čokoládové s mandlovou příchutí. Jedno 208g balení je k dispozici za 44,90 Kč.



První obchod Diesel na Slovensku

První oficiální prodejna italské značky Diesel na Slovensku byla otevřena v nákupně-zábavním centru Aupark Bratislava. Nová prodejna, umístěná ve 2. patře centra, vedle kina Palace Cinema, nabízí výběr z aktuálních kolekcí dámského a pánského oblečení – originálně střížené topy, trička, svetry, mikiny a samozřejmě oblíbené džíny. Součástí sortimentu jsou rovněž designové doplňky s logem Diesel. Diesel je celosvětově vyhledávanou značkou, která již po mnoho let formuje módu pro mladé lidi. U jejího zrodu stál v roce 1978 italský módní návrhář Renzo Rosso. V současné době Diesel produkuje kromě oblečení také parfémy, hodinky, boty a kabelky.

DHL rozšiřuje do severní Afriky

Logistická společnost DHL dále rozšířila obslužnost severní Afriky po silničních trasách. Po úspěšném zavedení služby DHL Euroconnect do Maroka v dubnu letošního roku nyní nabízí kusovou přepravu také do Tuniska a zpět. „DHL Freight průběžně posiluje a rozšiřuje síť pro přepravu menších zásilek napříč Evropou a dál,“ poznamenává Thomas George, ředitel DHL Freight. „Jak Maroko, tak Tunisko udržují dobré obchodní vztahy s Evropskou unií, zvláště se zeměmi z jihu kontinentu. To posiluje poptávku po zahrnutí těchto zemí do naší sítě Euroconnect, a proto jsme se rozhodli rozšířit již existující nabídku o pravidelnou kusovou přepravu.“

Souhlas Evropské komise

Společnost Unilever získala souhlas od Evropské komise k akvizici aktivit společnosti Sara Lee v oblasti osobní péče a evropské části pracích prostředků. Firma dokončí celou transakci v letošním roce a výrazně tím posílí regionální i lokální pozice v oblasti osobní péče získáním řady značek zahrnujících Radox, Duschdas a Neutral. Kromě těchto značek akvizice zahrnuje také řadu lokálně úspěšných značek, jako je Biotex v oblasti pracích prostředků, Zwitsal a Fissan v oblasti péče o děti a Prodent a Zendium v péči o zuby. Schválení transakce následuje po vyhovujícím dokončení detailního zkoumání Evropskou komisí. Tento souhlas je podmíněn vykonáním odprodeje značky Sanex ze strany Unileveru v evropské ekonomické zóně.

Lidl žaluje konkurenci

Diskontnímu řetězci Lidl se podle aktuálně.cz nelíbí snaha jeho konkurentů dokázat v reklamě, že jsou levnější než on. Pro retailera jsou přitom nízké ceny totéž, co třešňka pro Adidas – chce, aby si ho právě s nimi lidé spojili. Spor propukl ve Francii, ale týká se celé EU, tedy i ČR, kde Lidl úspěšně působí. Obchody francouzské společnosti Vierzon Distribution na základě srovnání cen některých potravin uvedly, že nákup 34 výrobků je

(Pokračování na stránce 3)

Krušovické kombinování piva a pokrmů

Královský pivovar Krušovice, součást skupiny Heineken Česká republika a důležitý hráč na českém pivním trhu, představil v květnu vylepšené pivní portfolio a vrátil se k tradičním recepturám. Jedním z prostředků, jak představit současná krušovická piva a jejich všestranné využití, je také snaha ukázat možné využití krušovického piva v kuchyni. Krušovický tým proto oslovil odborníky, aby sestavili vzorové krušovické menu, které je inspirací pro snoubení zajímavých pokrmů s těmi správnými pivy. Recepty připravil šéfkuchař Roman Jašek, piva z krušovického portfolia zvolil a zkombinoval „pivní sommelier“ Krušovic Ondřej Koucký. Pivní menu obsahuje recepty, které je možné připravit v každé kuchyni. Více na www.krusovice.cz.

Prosincové akce Bauhausu

Společnost Bauhaus připravila pro své zákazníky v Českých Budějovicích a Liberci zajímavou akci. V pátek 3. 12. vyšla v MF Dnes Jižní Čechy a Liberecký kraj vložená tištěná příloha s maskou čerta. Kdo v této vystřížené a nasazené masce přišel následující tři dny, sobota 4. 12. až pondělí 6. 12., do obchodu Bauhaus, měl nárok na dárek zdarma (balení hnědouhelných briquet, nebo dřevěných ekobriquet, případně 50 Kč poukázku k nákupu). Dne 11. 12. proběhne na všech pobočkách Bauhausu Kids Club akce, kdy bude tým kreativních profesionálů zdarma učit děti vyrábět vánoční dekorace nejrůznějšími technikami. Hlavní náplní bude výroba vánoční dekorace na okno. „Děti si budou moci vyzkoušet hned několik technik najednou a vyrobit tak vlastní a originální ozdobu,“ dodává Tomáš Hanzlík, marketingový ředitel Bauhausu.



Obalový galavečer 2010

Šestnáctý ročník české národní soutěže Obal roku 2010 organizované Obalovým institutem byl slavnostně zakončen galavečerem 18. listopadu v kongresovém centru Olympik - Artemis v Praze. Generálním partnerem akce byla autorizovaná obalová společnost Eko-Kom a partnery společnosti Coca-Cola HBC Česká republika, SCA Packaging Česká republika, Thimm Packaging, Obchodní tiskárny, člen skupiny OTK Group, Smurfit Kappa Czech, Info21, Ondrášek Ink – Jet systém a společnost Sidel. Byla předána ocenění za 30 úspěšných obalových řešení z 6 kategorií. Jana Lukešová letos udělila Cenu předsedkyně komise 2010 spotřebitelskému obalu Laminátové tubě s Braillovým písmem, která je současně i držitelem ocenění WorldStar for Packaging 2010. Tento obal je výsledkem spolupráce slovenské společnosti Tubapack s českou firmou Colognia press.

Vánoční Kamila od Dobré vody

Dobrá voda přináší v předvánočním období svým spotřebitelům speciální vánoční edici oblíbené panenky Kamily. Kamila ve vánočním oblečku bude k dostání ve vybraných obchodních řetězcích jako dárek za nákup určitého množství Dobré vody (různý počet v různých obchodech). Dobrou vodu vyrábí společnost Poděbradka ve svém výrobním závodě v jihočeském Byňově. Přírodní neperlivá Dobrá voda je taktéž vhodná pro přípravu kojenecké stravy.



Jamie Sadock přichází do ČR

Společnost Smart Step ve spolupráci s agenturou Hlavatý & Partners CG uvádí na český trh módní značku sportovního oblečení Jamie Sadock. Marketing zahrnuje pro letošní rok aktivity event managementu, internetového marketingu a sales promotion, rozsáhlejší kampaň bude zahájena v následujícím roce. Otevření prvního obchodu se uskutečnilo 1. 12. v OC Paladiu v Praze a prodej slavnostně zahájila módní návrhářka Jamie Sadock. Podle majitelky licence pro středoevropský trh Marie Novákové plánuje Smart Step pro příští rok otevření několika poboček prodejny, po americkém chce nabídnout i možnost spolupráce v podobě franšizingu.

Produkty pro zimní období

Zimní období znamená zatěžkávací zkoušku pro imunitu. Ta je klíčová pro udržení schopnosti organismu odolat riziku onemocnění, které je v období sněhu, mrazu a zimních plísňovic zvýšeno na maximum. S účinným řešením pro nastartování, posílení a dlouhodobé udržení imunity přichází Nef de Santé, český výrobce doplňků stravy značky nefdesanté. Jako ochranný štít před útoky zimních virů doporučuje trojici přípravků, které pomáhají udržet imunitní systém v nejvyšší bojové pohotovosti. Konkrétně se jedná o Beta glukan, Rakytník – Zelený čaj – Vitamin C a Omega 3. Více na www.nefdesante.cz.

(Pokračování ze stránky 2)

u nich o 6 eur levnější než v Lidl. Postup obchodníků, kteří porovnávají „nesrovnatelné výrobky“, však Lidl považuje za klamavou reklamu, a proto poslal celý případ k soudu. Kauza je důležitá právě proto, že postupně doputovala až k Evropskému soudnímu dvoru a ukáže tak, kam až smějí obchodníci v reklamě zajít v celé EU. Lidl zatím uspěl jen částečně.

Další pronajaté prostory v Polsku

ProLogis, poskytovatel distribučních nemoovitostí, shrnul své působení v Polsku za prvních devět měsíců letošního roku. Od 1. 1. do 30. 9. 2010 pronajala společnost více než 511 tisíc m² moderních kanceláří a skladů ve svých logistických centrech v Polsku, což je proti stejnému období loni nárůst o 129 %. V samotném třetím čtvrtletí roku 2010 pronajal ProLogis téměř 160 tisíc m² skladových prostor v Polsku. Z toho 75 600 m² pronajal novým klientům – jde o nárůst o 315 % ve srovnání se stejným obdobím loni. Ve třetím čtvrtletí roku 2010 prodloužil ProLogis smlouvu s klienty na více než 84 tisíc m² moderních skladovacích prostor – oproti stejnému období loňského roku jde o nárůst o 81 %. „Neustálý nárůst jak počtu, tak i objemu smluv o pronájmu podepsaných společností ProLogis letos znamená na trhu se skladovacími prostory náznak obrátu k lepšímu,“ komentuje Ben Bannatyne, ředitel společnosti ProLogis pro střední a východní Evropu.

Personálie

- Ředitelem společnosti Europolis Real Estate Asset Management je od 1. 12. Alois Vyleta. Svoji profesní dráhu zahájil ve společnosti DTZ v roce 1995, kde pak vedl oddělení pro retailové a průmyslové projekty. V letech 2003-2006 působil jako fund country manager společnosti Immorent ČR. Do firmy Europolis přichází ze Sekyra Group, kde zastával pozici director portfolio management.
- Společnost Jones Lang LaSalle oznámila přijetí nového člena do property management týmu v regionu střední a východní Evropy. Jiří Trojan nastoupil na pozici property manažera v Praze, odkud je zodpovědný za místní trh. Má více jak pětiletou praxi v oblasti property managementu a facility managementu.
- PSD (professional services department) manažerem společnosti SAS se od listopadu stal Miroslav Vysušil. Na této pozici nahradil Tomáše Mužíka, který se po 13 letech ve firmě odešel. Miroslav Vysušil má nově na starosti vedení PSD týmu včetně části Education.
- Ladislav Trpák a Lukáš Kružberský tvoří nový tandem Nadnakupovače Zoot.cz. Dosavadní hlavní vizionář týmu Josef Havelka odchází řídit vydavatelství Sanoma Publishing a rozšířit jeho působnost na poli digitálních médií. Zůstává však v Zootu jako akcionář.