

Výstavba nákupních center zpomalila

V roce 2008 se postavilo 60 % původně plánované plochy v nákupních centrech. Z celkem 250 tisíc naplánovaných m² ve 14 nákupních centrech skutečně otevřelo devět nákupních center s celkovou plochou cca 150 tisíc m². Plocha této maloobchodní kategorie tak v České republice přesáhla 1,9 mil. m². Vyplyvá to ze statistik, které pravidelně zpracovává Cushman & Wakefield, poradenská firma v oboru nemovitostí.

„Ke zpoždění při otvírání nákupních center docházelo vždy, ať už byly důvody technické, způsobené prodáváním na stavbě, nebo administrativní, způsobené průtahy při vyřizování různých povolení. V loňském roce se přidala světová finanční krize. Plánování a výstavba nákupního centra trvá v průměru tři až čtyři roky. Je tedy zřejmé, že centra, která plánovala otevřít v roce 2008, měla financování zajištěno dávno před vypuknutím krize. Pokud se u některých projektů posunulo datum otevření z podzimu 2008 na jaro 2009, hlavní důvod můžeme hledat v technických podmínkách,“ říká Martin Žížala, vedoucí maloobchodního týmu v C&W.

Měreno plochou nákupních center na populaci se ČR se 186 m²/tisíc obyvatel řadí těsně pod průměr EU-27 (200 m²/tisíc obyvatel – údaj z července 2008). Zároveň tak převyšuje hodnoty všech zemí střední a východní Evropy. Slovinci například disponovali ke konci loňského roku v přepočtu na tisíc obyvatel pouze 137 m² nákupních ploch.

Vysočina byla posledním krajem, kterému moderní nákupní centrum s plochou nad 5000 m² chybělo. Na podzim zde otevřel City Park Jihlava, čímž byla dovršena expanze nákupních center do všech regionů ČR. Dále pokračoval trend rozšiřování velkých úspěšných center (Nisa Liberec, Avion Ostrava). Viditelné je i pronikání nákupních center do měst s méně než 70 tisíci obyvateli (Kladno, Kolín, Most, Jihlava).

„Dnes už v České republice prakticky není město s populací přes 50 tisíc lidí, v němž by nestálo nákupní centrum nebo developeri alespoň nepředstavili plány v něm takového centrum postavit. V roce 2009 prozatím počítají developeri s otevřením nových center o celkové ploše zhruba 110 tisíc m², což by představovalo jednu z nejnižších hodnot od uvedení tohoto formátu na český trh v roce 1997. Potvrzuje se také stále větší diverzifikace center. Velká a úspěšná nákupní centra mají sílu dále expandovat – důkazem toho je například Olympia Brno, která v roce 2009 otevře svoji čtvrtou fázi,“ říká Alexander Rafajlovič, vedoucí oddělení průzkumu trhu v C&W.

Rekordním byl loňský rok zejména z pohledu výstavby maloobchodních parků. Objem nové výstavby přesáhl hranici 130 tisíc m², čímž došlo ke zvýšení jejich celkové plochy na téměř 550 tisíc m². Ještě větší plány mají v tomto segmentu investoři pro příští rok – oznámena byla výstavba až 390 tisíc m². Vzhledem k současným podmínkám na trhu však nelze očekávat, že se všechny projekty podaří včas uskutečnit. Maloobchodní parky rostou v sídlech s populací přesahující 15 tisíc obyvatel. Jsou tak vhodné alternativou tam, kde není možno vybudovat klasickou obchodní pasáž.

V ČR pomalu končí období vyplňování bílých míst na mapě a každé další centrum bude představovat přímou konkurenci jinému, zpravidla již zavedenému projektu. Za námi je již také era výstavby nových center na periferiích, aktuální trendy je směřují do center měst. Velké nové projekty se budou objevovat stále méně často, a pokud ano, tak zejména jako revitalizace existujících areálů. Nadále lze počítat s rozšiřováním úspěšných center o další fáze.

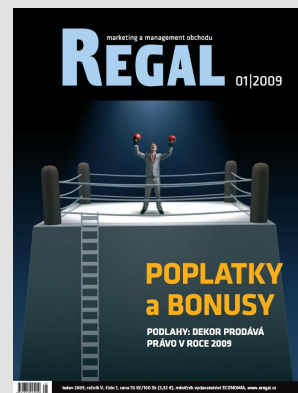
„Po více než deseti letech vývoje nákupních center v České republice se trh dostává do fáze, kdy o úspěchu stále více rozhoduje pečlivý výběr lokality, architektonické ztvárnění, schopnost vhodného zasazení do prostředí a zejména mix nájemců. Zároveň můžeme potvrdit, že zájem nových maloobchodních značek o vstup na český trh nadále trvá,“ shrnuje Martin Žížala.

Nejvýznamnější nová nákupní centra otevřená v roce 2008		
město	název centra	plocha (m ²)
Praha	Arkády Pankrác	38 000
Jihlava	City Park Jihlava	26 000
Kladno	Centrum Oáza	17 800
Most	Central Most	17 373
Pardubice	Palác Pardubice	16 000
Zlín	Zlaté Jablko	12 500
Praha	Galerie Fénix	11 165
Kolín	Futurum Kolín	10 000
CELKEM		148 838

Zdroj: Cushman & Wakefield, 01/09

Nejvýznamnější rozšíření existujících nákupních center – otevření 2008		
město	název centra	plocha (m ²)
Liberec	SC Nisa mall	20 500
Ostrava	Avion	20 500
CELKEM		41 000

Zdroj: Cushman & Wakefield, 01/09



V 1. ČÍSLE NAJDETE:

- Vztah obchodník – dodavatel
- Materiály v retailu
- Velikonoce

Regal 1/2009 vyjde 20. ledna
Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

CIES International Food Safety

Globální výzvou v podobě bezpečnosti potravin se od 4. do 6. února ve španělské Barceloně bude zabývat konference CIES. Účastníci se budou moci od více než 600 odborníků ze 45 zemí dozvědět detailní informace o nových trendech v této oblasti. Dvoudenní program se v celosvětovém kontextu zaměří na to, jak lépe zajistit a zaručit bezpečnost potravin. Prezentace, případové studie, kulaté stoly a diskuse budou zahrnovat nové nápady a myšlenky zkušených profesionálů v oboru bezpečnosti potravin. Více na www.ciesnet.com.

Povánoční tržby v USA slabší

Maloobchodní tržby v USA za první lednový týden poklesly, když povánoční slevy nepřilákaly tolik zákazníků a nenapravily tak zřejmě vůbec nejhorší sváteční nákupní období za posledních 40 let. Prosincové tržby poklesly zhruba o 1 %.

Tesco kontra Asda

Jak uvedly HN, největší britský maloobchodní řetězec Tesco snížil 6. ledna na domácím trhu ceny u 3000 druhů výrobků. Slevy dosahují 20 až 30 %. V zemi tak nastal tradiční každoroční souboj maloobchodníků o nejlepší ceny, kterými chtějí nalákat co nejvíce zákazníků. Ceny v Tescu začaly padat pár dní poté, co jeho rival, řetězec Asda, zlevnil své zboží. Britské obchodní řetězce tím reagují na pokles spotřebitelských výdajů, které kvůli nepříznivé ekonomické situaci v loňském prosinci klesly na nejnižší úroveň od roku 2004, uvedla agentura Bloomberg. Tesco letos použije novou taktiku, aby svým rivalům odlá-

(Pokračování na stránce 2)

Partnerství Makro a POS Media Czech Republic

Od 5. ledna nabízí firma POS Media Czech Republic klientům v řetězci Makro Cash & Carry ČR exkluzivně dva nové produkty: reklamní věž a reklamu na nákupních vozících. Country manager Emil Kováč dodává: „Nabízet reklamní plochy v řetězci, jehož cílovou skupinou jsou výhradně podnikatelé, je pro nás novou výzvou. Zkušenosti máme prozatím pouze s obchodními sítěmi určenými převážně pro B2C. Věřím ale, že i v tomto segmentu budeme moci využít dosavadní znalosti v oblasti POS. Makro Cash & Carry ČR je již od roku 1997 atraktivním místem pro malo- i velkoobchodníky a pro naše klienty tak díky velikosti odběru zboží může představovat velmi zajímavou skupinu nakupujících. In-store reklamu zajišťujeme ve všech třinácti českých velkoobchodních centrech, včetně nové lokality Karlovy Vary, která byla otevřena začátkem prosince 2008.“

První družstevní prodejna v Praze

K pěti stávajícím prodejnám přibyla 5. ledna 2009 firmě Astur Straškov šestá, jejíž provoz slavnostně přestřižením pásky zahájil prezident AKČR Jan Veleba.

„Chceme Pražanům předvést, že uzeniny mohou obsahovat přes 85 % masa, a ne jen 40 %, jak je tomu v mnoha případech u těchto výrobků s nízkými cenami. Věříme, že spotřebitelé začnou dávat přednost kvalitě a o výrobky podle starých dobrých receptur bude zájem,“ říká předseda představenstva Astur Straškov Miroslav Novák. Pražanům zemědělci ze severu Čech k více než 40 druhům uzenin a denně čerstvému masu také nabízejí vítězný výrobek regionální soutěže pořádané již třetím rokem Agrární komorou – tlačenkou, v jejíž mozaice je uzené vepřové maso.



Rok 2008 ve znamení digitálních produktů

Společnost Expert Elektro, člen mezinárodní sítě prodejen elektrospotřebičů, zakončila rok 2008 velmi úspěšně. Svůj obrat zvýšila do Vánoc oproti roku 2007 o 5,7 % na 1,66 mld. Kč. Největším prodejním hitem se staly přístroje související s příjmem digitálního vysílání. Trvale roste také zájem zákazníků o digitální produkty, především o satelitní navigační přístroje, notebooky či LCD a plazmové televizory. Peter Weiss, jednatel firmy, k tomu říká: „Očekáváme, že nový rok bude patřit produktům vybaveným HD technologiemi, jejichž cena se již pro většinu obyvatel dostala na velmi přijatelnou úroveň. V oblasti menší elektroniky nadále poroste zájem o GPS navigace a u domácích spotřebičů povedou sušičky prádla.“

KMB Sendwix pokračuje v kampani

Dárek v podobě speciálního termosáčku v elegantní dóze obdrželi začátkem ledna obchodní partneři společnosti KM Beta, výrobce betonové střešní krytiny a vápenopiskových cihel. Komunikovanou hlavní myšlenkou je fakt, že výhodou zdicího systému společnosti KM Beta jsou minimální úniky tepla. V rámci již realizované první vlny directmailingu obdrželi VIP adresáti pomeřanč a legendární odšťavňovač od designéra Philippa Starcka. Ve druhé vlně kampaně zásilka obsahovala možnost vyzkoušet si, jak mohou růst zisky v případě volby systému KMB Sendwix. Celý projekt zajišťuje agentura AG Geronimo, a to od konceptu, kreativního zpracování, tvorby databáze a jejího telefonického prověření po produkci, distribuci a vyhodnocení. Vedle directmailingu realizuje agentura také celoroční kampaně na koncové zákazníky KM Beta.

Přesun firmy Ceva do nových prostor

Společnost CB Richard Ellis zajistila relokaci firmy Ceva, poskytující logistické služby, do nových skladových prostor v Pannaton Park Prague Airport o rozloze 8500 m². Společnost potřebovala přesun do nových a efektivních prostor z důvodu svého růstu na celosvětovém trhu a aby mohla uspokojit další zákazníky. Firma začala se stěhováním do nových prostor v prosinci. Filip Kozák, vedoucí oddělení průmyslových realit, komentuje: „Jsme potěšeni, že se nám podařilo díky našim dlouhodobým zkušenostem na trhu najít vhodný prostor, který splňuje všechny podmínky a uspokojí potřeby firmy Ceva.“



Tržby internetové skupiny dosáhly 2,2 miliardy Kč

Maloobchodní tržby skupiny internetových obchodů Kasa.cz a Obchodní dům.cz dosáhly v roce 2008 2,2 miliardy Kč. Skupina tak zaznamenala meziroční nárůst o 22 %, což představuje navýšení o 400 mil. Kč ve srovnání s rokem 2007. Zákazníci provedli v loňském roce na internetových stránkách skupiny 419 tisíc objednávek v průměrné hodnotě 5250 Kč.

(Pokračování ze stránky 1)

kalo zákazníci. Poprvé ve své historii chce použít účtenky za nákup svých zákazníků, aby porovnálo ceny výrobků se svými konkurenty, kterými jsou Asda, Sainsbury a William Morrison Supermarkets.

EuroCIS 2009

EuroCIS, veletrh specializovaný na IT a bezpečnost v obchodě, se uskuteční v Düsseldorfu od 10. do 12. února 2009. Souběžně bude probíhat EuroCIS Forum, určené pro odbornou veřejnost.

Přednášky budou prezentovat zástupci vystavovatelů a jejich zákazníků. Kromě jiných zde vystoupí představitelé společností IKEA, Mark & Spencer, Hervis Sports a UK Post Office. Prezentace budou mimo jiné zaměřeny na projekty samoobslužných pokladen, digitální video monitoring, plánování merchandisingu a kontrolní systémy. Více na stránkách www.eurocis.com.

Prodej nákupního centra

Společnost CB Richard Ellis zastupovala firmu GE Real Estate při prodeji klíčového nákupního centra 3 Stawy v Katowicích v Polsku za 95 mil. eur firmě Union Investment Real Estate AG.

Tato transakce je nejvýznamnější na polském trhu za rok 2008 a dokazuje poptávku po retailových investičních příležitostech ve střední Evropě, kde Polsko a Česká republika stále přitahují investory i v době světové ekonomické krize. Společnost Union Investment koupila nákupní centrum 3 Stawy o rozloze 37 tisíc m² jako svou první polskou nemovitost a vypadá to, že uvažuje o rozšíření svého portfolia ve střední a východní Evropě. Centrum je plně pronajato a lze v něm najít značky jako H&M, Empik, Smyk a další. S 1866 parkovacími místy přiláká přes 6 milionů návštěvníků ročně.

PLMA's 2009 Conference

Ve dnech 25. a 26. února 2009 proběhne v hotelu Hilton v Berlíně každoroční konference PLMA, tentokrát zaměřená na vliv globální krize na privátní značky. Na programu bude analýza nového ekonomického prostředí a možností, s jakými mohou obchodní společnosti a výrobci vytvářet efektivní strategie rozvoje privátních značek.

Prezentace přednesou: James Collins, head of Food Retail, Deutsche Bank Global Markets (Ekonomika: co bude následovat?), Matthias Queck, Planet Retail (Dnešek patří diskontérům) a Yves Marin, bývalý manažer skupiny Casino (Výzva pro supermarkety a hypermarkety). Panelová diskuse manažerů z oboru se zaměří na nejlepší strategie pro výrobce. Účastníci budou již tradičně mít také možnost navštívit vybrané berlínské super- a hypermarkety a diskontní prodejny.

Více najdete na internetových stránkách www.plmainternational.com.

Letňany lámou rekordy

Více než deset milionů zákazníků vloni zavítalo za nákupy do Obchodního centra Letňany (OCL). Zákazníci sem jezdí především za nákupy v hypermarketu Tesco a v obchodech s módou. Při jednom nákupu stráví průměrně hodinu a půl. „Návštěvnost Obchodního centra Letňany každoročně vzrůstá. Loňských více než deset milionů zákazníků představuje meziročně přibližně 7% nárůst a ve srovnání s rokem 2006 přibližně nárůst o 14 %“, říká marketingová manažerka OC Letňany Jana Turková. Zhruba tři čtvrtiny zákazníků OCL tvoří obyvatelé hlavního města a čtvrtinu mimopražští. Za nákupy přijíždí 54 % lidí městskou hromadnou dopravou a bezplatnými OCL a Tesco autobusy nebo dochází pěšky z přilehlého okolí a 46 % přijíždí autem.

OC Ostrava se stane centrem módy

Ambicí vybudovat centrum módy pro Moravskoslezský region se netají společnosti Amádeus Real a Ostrava Fashion, které získaly tradiční obchodní dům Ostrava na náměstí Dr. E. Beneše v Ostravě a část přilehlých pozemků. Objekt se po kompletní rekonstrukci a dostavbě vrátí ke svému postavení i funkci, které měl historicky mezi ostravskými zákazníky. Celková plocha komerčních jednotek se rozšíří ze stávajících 5000 m² na téměř 26 tisíc m². Část z nich bude podle architektů z ostravského ateliéru Projektstudio určena pro byty a kanceláře. Provoz nového OC bude zahájen pravděpodobně na přelomu let 2012 a 2013. V tuto chvíli Amádeus Real, ve spolupráci s Labart Properties, pokračuje ve výstavbě OC Atrium v Hradci Králové, kde zbývají k pronájmu poslední jednotky z celkové kapacity 6500 m².



Penny Market má v ČR již více než 200 prodejen

Největší diskontní maloobchodní řetězec v České republice Penny Market má již více než 200 prodejen. Stal se tak diskontním řetězcem s nejhustší sítí prodejen u nás. „Chceme být co nejbližší k našemu zákazníkovi. Prioritní je pro nás především pohodlí zákazníka, nízká cena, kvalita nabízeného zboží a dobrá dostupnost našich prodejen“, říká Pavel Kebisek, jednatel společnosti Penny Market. „Do poloviny roku 2009 bude mít Penny Market otevřeno více než tři stovky prodejen, a to zejména díky avizované a dokončené integraci prodejen Plus“, doplňuje David Kolář, vedoucí odboru marketingu a komunikace.

Granette loni prodal rekordní množství lihovin

Druhá největší domácí likérka, ústecká Granette, v loňském roce prodala rekordních více než 72 tisíc hektolitrů lihovin. To je o 5 % více než v roce 2007. „Je to nejlepší výsledek v historii ústecké likérky, která vyrábí lihoviny již 160 let. Zřejmě jsme tak posílili naši pozici druhé největší domácí likérky. Rekordní prodeje stály na tradičních značkách, jako je Stará myslivecká, ale i zcela nových, mezi nimiž dominuje Vodka 42“, říká marketingový manažer Granette Jiří Pejša. K rekordním výsledkům dopomohla likérce také značka Vaječný Sen.

Společnost Carpathian prodala OC Varyáda

Realitní poradenská společnost Jones Lang LaSalle oznámila dokončení prodeje obchodního centra Varyáda, o celkové rozloze 18 500 m² a s hlavními nájemci, jako jsou např. Interspar, Marks & Spencer, Hervis Sport, MAG, New Yorker, Deichmann a další. Obchodní centrum prodala fondu Invesco Beteiligungsverwaltungs GmbH & Co. KG. Nemovitost byla zakoupena nepřímo přes účelově založenou společnost za celkovou částku 49,6 mil. eur. Jones Lang LaSalle Capital Markets plnila úlohu poradce na straně prodávajících. OC Varyáda bylo dokončeno v roce 2005 developerskou společností TK Development a nabízí celkem 18 429 m² pronajimatelné plochy, skládající se ze 70 maloobchodních jednotek a více než 1250 parkovacích míst.

IKEA chce posílit svou pozici v ČR

V nejbližších pěti letech postaví IKEA v České republice dva zcela nové obchodní domy. V rozhovoru pro HN to potvrdil celosvětový ředitel této společnosti Anders Dahlvig. Velkou změnu chystá firma především v Praze na Zličíně. Současný obchodní dům uzavře a pronajme jiné firmě. Místo toho hned vedle postaví obří nákupní centrum, jeden ze svých největších obchodních domů v Evropě. V něm nabídne nábytek a bytové doplňky na ploše 35 tisíc m². Pro druhý nový dům zatím IKEA vytipovala několik lokalit a nechce prozradit, jakou si vybere. Celá investice na Zličíně bude firmu stát 2,5 miliardy Kč. Ve svém zákaznickém klubu už má IKEA půl milionu klientů.

M&S bude zavírat a propouštět

Podle ČTK propustí prodejce oděvů Marks & Spencer Group ve Velké Británii 1230 zaměstnanců a uzavře 27 obchodů. Rozhodnutí je součástí plánu na snížení nákladů v době krize, která se negativně podepisuje na hospodaření firmy. Celkem chce v letech 2009 a 2010 ušetřit 200 mil. liber (5,8 miliardy Kč). M&S je největším maloobchodním prodejcem oděvů ve Spojeném království. Celkem zde zaměstnává 70 tisíc osob a má přes 600 obchodů.

Na britský maloobchodní sektor těžce dolehla recese a omezení přístupu k úvěrům, které se podepsaly na poklesu výdajů spotřebitelů. Některé známé firmy, jako Woolworths či obchodník s čajem Whittards, jsou v konkurzním řízení a musely propustit tisíce zaměstnanců. Podle M&S jeho tržby za tři měsíce do 27. prosince klesly o 7,1 %, což byl nejvyšší pokles za poslední desetiletí. Špatné podmínky firma očekává i v příštích 12 měsících.

Veletrh potravinářských dodavatelů

Veletrh dodavatelů pro potravinářský průmysl CFIA se uskuteční ve francouzském Rennes od 10. do 12. března 2009. Bude zahrnovat tři sektory: Vybavení a zpracování, Ingredience a přísady, Obaly a obalová řešení. Vystavovatelů bude 1200, z toho 200 nových; zatím je rezervováno 95 % stánků. Očekává se zhruba 11 tisíc návštěvníků. Do soutěže o ocenění pro inovace je přihlášen rekordní počet 50 výrobků. Účast potvrdila i řada zahraničních nákupčích, například z Alžírsko, Ruska či Bulharska. Více na internetové adrese www.cfiaexpo.com.

Personálie

- V důsledku plánovaného přesunu výroby mražené zeleniny z Ardo Mochov do Ardo Austria Frost dochází také k personální změně. Současný finanční ředitel Ardo Mochov Patrik Tomášek, který pro Ardo pracuje již pět let, se stal novým finančním ředitelem společnosti Ardo Austria Frost GmbH.
- Marcel Skála byl k 1. lednu 2009 jmenován certifikací manažerem společnosti Bureau Veritas Certification Czech Republic. Pro skupinu Bureau Veritas pracuje již devět let. Během této doby zastával různé obchodně orientované manažerské pozice a zodpovídal za akvizice dvou společností v ČR. Do nové funkce se přesouvá z pozice ředitele divize periodických kontrolních služeb.
- Společnost AC Expo, organizátor výstav a veletrhů, oznámila jmenování Adama Webera novým generálním ředitelem firmy. Dosud zastával funkci projektového manažera a podílel se na přípravě a organizaci vybraných veletrhů.