

REGAL^{line}

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 37/09, 27. 10. 2009

Retail stále nabízí řadu příležitostí

Pražská kancelář mezinárodní poradenské firmy DTZ zveřejnila nové údaje a pojmenovala aktuální trendy na českém trhu maloobchodních nemovitostí. Mimo jiné její analytici – na základě nového formátu klasifikačního systému – sečetli všechny maloobchodní plochy v ČR. Vyšlo jim 9,45 mil. m². „V přepočtu na jednoho obyvatele to vychází na 0,91 m², což je mnohem méně než v zemích západní Evropy, kde na jednoho člověka připadá 1,5 až 1,7 m² maloobchodních ploch,“ doplňuje Martijn Kanters, vedoucí oddělení Consulting & Research v DTZ a hlavní autor nové studie DTZ Insight.

I odborníky na maloobchod může překvapit jeden z hlavních výstupů: produktivita českých obchodů (vyjádřená obratem na m²) je v ČR vyšší než v Německu či v Nizozemsku. „Data, na která jsme se zaměřili, nejsou k dispozici v žádné evropské zemi, ale můžeme je spolehlivě srovnat s Německem, Nizozemskem nebo Belgií. Produktivita českého maloobchodu je 3200 eur za m², tedy zhruba 83 600 Kč. V Německu je to 3100 eur a v Belgii ještě o 100 eur méně. Pro efektivitu retailu České republiky v makroekonomickém kontextu hovoří také to, že má nižší HDP než průměr EU.“

Analytici DTZ zajímala produktivita obchodů s ohledem na jejich zaměření. A zjištění je samotné překvapivé – zvláště u nejvýkonnějších segmentů, jimiž jsou spotřební elektronika, nábytek a bytové doplňky a DIY prodejny. Výsledky lze vysvětlit stále relativně nižší nabídkou v daných sektorech a rovněž slabší konkurencí. „I proto právě v těchto segmentech očekáváme nejsilnější expanzi nových značek a příchod nových hráčů. U prodejen s objemnějším zbožím jsme v souladu se standardem očekávali údaj na úrovni poloviny průměru, kolem 30 až 40 tisíc Kč na m². Pět největších prodejen v ČR ale vykazuje dvojnásobek tohoto odhadu – i přes 60 tisíc Kč z m². Zcela suverénní jen pak IKEA s obratem 77 tisíc Kč za m². Nemůže tak překvapit rozhodnutí jejích vlastníků dále expandovat a vystavět v Praze-Zličíně největší obchod IKEA v Evropě,“ komentuje Martijn Kanters.

Na opačném pólu efektivitu pak stojí prodejny z oblasti módy a módních doplňků. V Evropě dosahují retailéři zpravidla průměrných obrátů celého maloobchodního segmentu. V ČR však průměrné hodnoty nedosáhnou ani nejefektivnější obchodníci jako C&A, Baťa, New Yorker, H&M nebo Deichmann. Vykazují obrát na úrovni 70 tisíc Kč, což je 15 % pod celkovým průměrem. „Respektive H&M a New Yorker jsou se zhruba 88 tisíci Kč nad průměrem – odvětví ale sráží množství retailerů s obratem hluboko po 60 tisíc Kč, nejčastěji mezi 30 a 40 tisíci Kč.“

Studie pojmenovává i nosné trendy v českém maloobchodě. Patří k nim např. růst poptávky po bioproduktech, postupné posilování e-shoppingu nebo vzrůstající se franchising. Podle DTZ stávající ekonomická situace nahrává mnoha retailerům; důraz bude kladen především na segmenty s nejmenší konkurencí: nábytek a bytové doplňky, DIY obchody a především spotřební elektroniku.

Tým DTZ potvrzuje chystané expanze retailerů jako Media Markt, Saturn nebo některých nábytkových řetězců. Další výzvou jsou menší prodejní formáty zaměřené na každodenní potřeby zákazníků, tzv. convenience centra a prodejny s potravinami. Existuje množství příležitostí pro vytvoření convenience center v sousedství supermarketu, které by doslova pečovaly o místní populaci. Právě v segmentu potravin se nacházejí další výzvy, a to především v Praze. Podle DTZ i zahraniční zkušenosti jasně ukazují na příklon k zážitkovému prodeji, který bude cílit na smysly zákazníků. Jedině to může podle Martijna Kanterse odlišit klasické formy nakupování od zásadní konkurence v podobě nakupování na internetu. „Další léta maloobchodu budou ve znamení přidané hodnoty. Zákazníci chtějí zkušenosti, komunikaci, zážitky, stále vyšší kvalitu. To se odrazí i v konceptech developerských projektů, jež kromě nakupování budou muset nabídnout i mnohé další funkce.“

Výkonnost obchodních center v ČR (na m ²) – průměrné hodnoty			
fáze	dobrý	průměrný	špatný
Praha	100 tis. Kč+	70 tis. Kč	40 tis. Kč
regiony	70 tis. Kč+	50 tis. Kč	30 tis. Kč

Zdroj: DTZ Research

Regal 10/2009

vyšel 13. října

V ČÍSLE 10 NAJDETE:



- Dobrý obal – polovina budoucího vítězství
- Exotika a luxus drží pozice
- Vztahy mezi prodejci a dodavateli

Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Puma připravuje mobilní telefon

Ve druhé čtvrtině příštího roku bude představen první telefon značky Puma. Firma podepsala licenční dohodu s francouzským výrobcem mobilních telefonů Sagem a spolu vytvoří první mobilní Puma telefon. Spojení jedné z největších sportlifestylových značek na světě a prvotřídních technologií francouzské značky slibují zajímavý výsledek. Další licenční spolupráce už funguje několik let i na poli dalších produktů, jako jsou brýle, hodinky, jízdní kola, ale i spodní prádlo. Telefon by měl být uveden do prodeje na jaře příštího roku.

Lodní přeprava zdraží dárky

Tradiční předvánoční přesuny zboží z Asie do Evropy a Ameriky společně s odstavením části přepravních kapacit rejdařů vedou ke skokovému nárůstu cen lodních přeprav. Vzhledem k tomu, že po moři putuje značná část světového objemu zboží, podle vyjádření společnosti Schenker lze očekávat, že se zdražení projeví v cenách téměř veškerého sortimentu. Nejvíce se může zdražení odrazit v cenách elektroniky, oblečení a dalších dovážených produktů. Růst cen u jednotlivých druhů zboží je složité odhadnout, závisí na mnoha faktorech, včetně individuálně dohodnutých cen přeprav. Další zdražování přeprav je nevyhnutelné a bude trvat i v příštím roce.

Lokální investoři jsou aktivnější

Podle reportu CB Richard Ellis investice do komerčních nemovitostí ve střední a východní Evropě během července až srpna dosáhly hodnoty 458 mil. eur, což zahrnuje 17 transakcí. To navyšuje částku investovanou do realit od začátku roku na konečných 936 mil. eur. Nárůst transakcí a objemu je díky transakcím

(Pokračování na stránce 2)



8. ročník odborné konference
WWW.CATEGORYMANAGEMENT.CZ
18.11.2009 - TOP HOTEL Praha



EXLUZIVNĚ!
19. & 20.11.2009 - PwC Business Centre Praha

BUDOUCNOST CATEGORY MANAGEMENTU + DVOUDENNÍ TRÉNINK pod vedením Jerryho Singha

MEDIÁLNÍ PARTNER:
REGAL

Bude se šetřit na dárcích, na jídle ne

Jak ukázal průzkum společnosti Unilever, pětina Čechů očekává, že jejich letošní Vánoce budou skromnější než ty loňské. Nejčastěji jsou připraveni šetřit na dárcích, naopak vůbec se krize nedotkne jídla, za to plánují utratit dokonce víc než vloni. V době krize Češi preferují kvalitu před kvantitou – jsou připraveni koupit méně dáreků, ale budou je pečlivěji vybírat.

Letos plánují utratit za vánoční dárky méně. Průměrná útrata za dárky na člena domácnosti poklesla z loňských 3667 Kč na letošních 3106 Kč. „Zatímco v loňském roce se chystaly na dárcích více šetřit vyšší příjmové skupiny, letos jsou to spíš lidé s nejnižšími příjmy. Lidé s vyšším příjmem zpravidla letos utratí stejně nebo jen o málo méně než loni. Pro všechny příjmové skupiny ale platí, že se chystají pečlivěji promýšlet, co nakoupí. Letos prostě budeme své Vánoce více plánovat a pečlivěji vybírat,“ říká Petr Hantych, regionální manažer business analýz Unilever CEE a Rusko.

Velká říjnová revoluce v lepení

Revoluci v lepení odstartovala v říjnu značka Pattex společnosti Henkel. Pattex Power Fix je první montážní lepidlo s vlastní samospouští. Díky speciálnímu balení není potřeba aplikační pistole, stačí zmáchnout samospoušť a pohodlně aplikovat lepidlo.



Novinku podporuje marketingová kampaň, která se zaměřuje zejména na podporu v místech prodeje formou specializovaných stojanů a POS. V podzimních měsících také proběhne inzercie a PR v tištěných médiích, využity budou i bannery na internetu. Pattex Power Fix je nyní nově zaveden do prodejní sítě v ČR a lze jej koupit hlavně v hobby marketech a specializovaných obchodech se stavebním materiálem.

Boutique Dreams oslavil první narozeniny

Oslavy výročí prvního roku působení Boutique Dreams v Praze a jedenácti let v České republice proběhly v září formou módní přehlídky v Jungmannově ulici. Dreams nabízí francouzskou módu, italskou obuv a doplňkové zboží v podobě bižuterie, hodinek a kabelek. „Naším cílem není jen prodávat oblečení z Francie a boty z Itálie. Chceme, aby náš boutique Dreams byl místem, kam chodí ženy, které se chtějí cítit v oblečení dobře a nebojí se trochu experimentovat,“ říká majitelka Eva Beránková. „Celkovou filozofií našeho boutique je dělat lidi šťastnými. Já osobně vnímám spojení krásy, módy a doplňků jako umění. I proto svým zákaznicím nejen prodáváme šaty, ale poskytujeme jim módní poradenství. Ženy odcházejí s pocitem, že se jim někdo věnoval. Kombinujeme takové modely, které by samotnou zákaznici ani nenapadly. Přitom se cítí skvěle,“ dodává.

Hervis otevřel novou prodejnu

V duchu svého firemního sloganu „get movin“ (začni se hýbat) se sportovní řetězec Hervis stará o pohyb na trhu se sportovními potřebami. I proto 14. října otevřel novou prodejnu v OC Nový Smíchov. Jde v pořadí o 24. obchod v České republice. Firma sází na sezonnost, proto zákazníci v jejích prodejnách aktuálně najdou sortiment pro zimní sezonu 2009/2010. Mezi hlavní prodejní taháky mají vedle tradiční obuvi všech druhů patřit i outdoorové věci, jako např. lyžařská bunda značky Iceland, kterou lze koupit exkluzivně pouze v prodejnách s logem Hervis. Bude v pánském i dámském provedení a pro svůj poměr „užitné vlastnosti/příznivá cena“ byla zařazena do kategorie top výrobků roku 2009.



Penny Market mění řízení společnosti

Penny Market představil ojedinělou novinku na českém trhu – Senát zákazníků Penny. V jeho rámci do svých řad vybere zástupce veřejnosti z osmi oblastí České republiky, kteří se svými názory budou moci podílet na řízení Penny Marketu v otázkách sortimentu, kvality, vzhledu prodejen, služeb aj. Penny tak naplňuje regionální zacílení představené i v kampani Moje 1. Chce vycházet z názorů či přání svých zákazníků a být co nejbližší lidem. „Touto aktivitou jen potvrzujeme, že diskont je inovativní a moderní, je schopen pružně reagovat a být vstřícný ke svým zákazníkům. Senát zákazníků Penny je pro nás optimální možností, jak Penny zacílit ještě lépe, regionálněji a naši společnost ještě více orientovat na zákazníka,“ uvádí Klaus Schneider, jednatel společnosti Penny Market.

Předplatitelé časopisu REGAL mají přístup do on-line archivu ZDARMA na adrese <http://predplatitel.ihned.cz>.

(Pokračování ze stránky 1)

uzavřeným v Rusku, kde se uzavřely obchody za 239 mil. eur. Tato hodnota představuje 52 % částky za celou střední a východní Evropu v období mezi červencem a srpnem 2009. Také se podařilo uzavřít dlouho rozjednané transakce ve střední Evropě. Téměř veškeré investice (93 %) v Rusku mají na svědomí místní investoři. Investiční trh v regionu v roce 2009 by se dal charakterizovat minimální aktivitou zahraničních investorů.

Logistika hraje zásadní roli

Poskytovatel expresních a logistických služeb Deutsche Post DHL a London School of Economics zveřejnili studii „Mezinárodní obchod, expresní logistika a globalizace jsou nedílnou součástí řešení stávajících ekonomických výzev“. Kromě jiného uvádí, že jakmile dojde ve střednědobém horizontu ke zlepšení mezinárodního obchodu, postupné zvyšování obrátu obchodu, obzvláště pak v odvětví letecké expresní přepravy, by mělo růst rychleji než samotné objemy. S danou klíčovou rolí logistiky v mezinárodním obchodě studie předpokládá, že logistické společnosti hrají zásadní roli v podpoře ekonomické obnovy.

Krise se nedotkla pracovního dna

Výsledky ExecutiveQuiz, které pravidelně publikuje Korn/Ferry Institute, odhalují zlepšení nálady vrcholových manažerů v souvislosti se směřováním současné ekonomiky. Přitom ale nadále trvá strach o pracovní trh.

V porovnání s předchozím průzkumem nárůst z 16 % na 40 % dotázaných, respondenti pozorují že se ekonomická situace zlepšuje. Co dnes nejlépe vystihuje globální ekonomiku? Čtyřicet procent manažerů odpovědělo, že jde o postupné „zotavování se“ (v březnu mluvilo o zotavování se ekonomiky pouze 13 % dotázaných, jde tedy o nárůst 67,5 % za šest měsíců), 71 % pociťovalo, že by zlepšení mohlo být výraznější až teprve během druhé poloviny 2009.

Finlandia Vodka bodovala

Finlandia Vodka uspěla v soutěži Vodka Masters 2009, kterou organizoval Spirit Business. Zúčastnilo se přes 120 vodek a testovalo se „naslepo“. Finlandia vyhrála čtyři medaile v hlavních kategoriích: hlavní cena „Masters“ – Finlandia Tangerine Fusion (skandinávská kategorie), zlatá medaile – Finlandia Vodka (prémiová kategorie), zlatá medaile – Finlandia Lime Fusion (kategorie ochucených vodek) a stříbrná medaile – Finlandia Mango Fusion (skandinávská kategorie). Maureen Brekka, managing director, Finlandia Vodka, dodává: „Velmi nás těší zlatá medaile v kategorii prémiových vodek, kterou jsme získali za naši klasickou neochucenou vodu. Věříme, že naše příchutě chutnají tak dobře proto, že do této neochucené varianty přidáváme příchutě toho nejčerstvějšího ovoce, jaké může příroda nabídnout. Myslím, že důkazem jsou ceny v kategoriích ochucených vodek.“

Toyota Demo Days 2009

Ve dnech 19. až 23. října se v průmyslové zóně v Rudné konaly tradiční Toyota Demo Days 2009. Společnost Toyota Material Handling CZ zde představila několik novinek v oblasti produktů i servisních a dalších služeb. Každý den byl zaměřen na určité téma – produkty (zejména novinky), servis, business solutions nebo RFID. Toyota Motor Czech využila této příležitosti k uvedení 3. generace vozu Toyota Prius. „Vylepšením programové nabídky, ve srovnání s loňským rokem, byla vedle hlubších a detailnějších prezentací také účast partnerů, jejichž produkty úzce souvisejí s provozem manipulační techniky a skladováním,“ dodává Jindřich Přivora, trade marketing manažer firmy. Více na www.toyota-forklifts.cz.

Nová generace do kapsy

Zejména na internet mívá komunikace divize Komerční grafiky a projekční techniky společnosti 3M Česko, která na trh uvádí novou generaci kapesního datového projektoru MPro120, určenou hlavně pro korporace a milovníky technických novinek. Firma spustí dvě webové stránky: technicky zaměřenou www.3M.cz/MPro a uživatelsky odlehčenou www.jseMPro.cz, na které budou moci uživatelé soutěžit o MPro120. Kampaň dále využije bannery nebo videa na Youtube, stejně jako PPC a sponzorované odkazy. Kanálem pro komunikaci budou i odborné časopisy a doprovodné akce, jako e-mailing či letáky. Uplatní se i to, v čem je firma tradičně silná, podlahová a okenní grafika.

Nákupní galerie Central Chomutov otevřena

Dne 15. října developerská skupina Crestyl slavnostně otevřela novou nákupní galerii Central Chomutov. Vznikla za 16 měsíců na místě bývalého autobusového nádraží a na celkové prodejní ploše 4400 m² návštěvníkům nabízí 14 maloobchodních jednotek a 52 parkovacích míst na střeše budovy. Součástí komplexu je i Rezidence Chomutovka, která po svém dokončení nabídne 20 bytů všech velikostí. Celkové náklady projektu činí 310 mil. Kč. Mezi největší nájemce patří C&A a New Yorker, obuv Reno a dm drogerie. Zákazníci zde najdou i lékárnu, chovatelské potřeby, kavárnu, tabákový obchod s kinotékou, hodinky a šperky Top Time, sportovní módu Nordblanc a další.



Výstava „Příběh čaje“

Společnost Unilever organizuje výstavu dokumentárních fotografií „Příběh čaje“, která návštěvníky zavede na čajové plantáže v keňském Kerichu, kde se zpracovává čaj prodáváný pod značkou Lipton. Barevné velkoformátové fotografie seznámí zájemce s pěstováním a dalším zpracováváním čaje, přiblíží také práci a každodenní život sběračů čaje a jejich rodin. Výstavu, která je součástí komunikace nových pyramidových čajů, si lze zdarma prohlédnout od 20. října do 15. listopadu na pražském náměstí Republiky. Pořadatel výstavy při této příležitosti daruje Nadaci dřevo pro život peněžitý dar ve výši 50 tisíc Kč. Šek převezme z rukou Andrey Jandové, communication manažerky firmy, ředitel nadace Jan Řezáč.

Předplacená karta Ticket Benefits

Snaha zaměstnavatelů motivovat klíčové zaměstnance je v období ekonomické krize stále aktuálnější. V loňském roce obdržel průměrný zaměstnanec od zaměstnavatele benefity v hodnotě téměř 5000 Kč. Efektivní řešení zaměstnaneckých benefitů by mělo nejen nabízet rozmanitou škálu produktů pro aktivní odpočinek, relaxaci či osobní rozvoj, ale mělo by také odrážet životní styl zaměstnanců firmy. To nabízejí např. nové předplacené karty Ticket Benefits společnosti Accor Services, které fungují jako běžné platební karty. Stejně jako v případě známých volnočasových poukázek Ticket Benefits Multi umožňují karty svému držiteli vybírat ze široké nabídky produktů a služeb z následujících oblastí: sport, zábava, kultura, cestování, wellness, zdravotní produkty a péče, školení a vzdělávání.

K+B Progres otevřel nový centrální sklad

Velkoobchod K+B Progres, centrální dodavatel maloobchodní sítě Expert Elektro, otevřel 23. října nové skladové prostory. Modernizovaná hala o ploše 6000 m² v Klíčanech u Prahy má zvýšit pružnost a efektivitu v poskytování služeb pro malo- i velkoobchod. Společně s původními skladovými prostory disponuje v současné době K+B Progres skladovou plochou 12 tisíc m².

Lepší aktivita investic v Evropě

Celkové objemy přímých investic do průmyslových nemovitostí činily v prvním pololetí 2,2 mld. eur, což představuje 45% propad oproti druhé polovině 2008 a 50 % propad oproti první polovině 2008. Uvádí to nejnovější zpráva Jones Lang LaSalle, European Industrial Markets Autumn 2009. Chris Staveley, vedoucí evropského investičního oddělení, Jones Lang LaSalle, dodává: „Ačkoliv byla celková investiční aktivita v první polovině tohoto roku ztlumena, ve druhém čtvrtletí se objemy investic stabilizovaly a zájem a nálada investorů byly mnohem pozitivnější, než jak naznačují objemy transakcí. Zatímco se celkové oživení bude odvíjet od úvěrových a finančních trhů a trhů nájemců, které i nadále zůstanou oslabeny, očekáváme, že se objemy transakcí budou zvyšovat a zájem investorů se bude soustředit na nejlepší nemovitosti na nejvýznamnějších trzích.“

Personálie

• V srpnu Spar ČOS oznámila, že jejím novým generálním ředitelem bude Armin Gerald, bývalý šéf české pobočky Kauflandu. V říjnu je však podle Hospodářských novin situace jiná. Tuzemský Spar sice vedou tři jednatele, ale jméno Armina Geraldého mezi nimi chybí. Do funkce nenastoupil, protože údajně nedošlo k dohodě ohledně vzájemné smlouvy. Podle informací HN za tím stojí i další důvody. Armin Gerald je totiž znám svým razantním přístupem a někdy i hrubším chováním. Na to nejsou zaměstnanci retailera zvyklí a střední management protestoval v rakouské centrále. Spar po prověření situace od smlouvy raději odstoupil. Armin Gerald by měl navíc ve Sparu zcela jinou pozici, než jakou zastával v Kauflandu.

• Tým společnosti Zefcom Czech posílil. S platností od 1. října působí Alexander Tóth ve firmě na pozici obchodního ředitele pro FMCG segment. V nové funkci převzal v rámci systému Hellomobile odpovědnost za oblast FMCG. Sekci finanční služby v rámci Hellomobile má nově na starosti Vladislava Brožová. Ke stejnému datu byla jmenována na pozici segment sales director.

• Zuzana Draslarová, Ivan Michněvič a Radvan Jurka byli povýšeni na pozici senior surveyor v poradenské společnosti Cushman & Wakefield. Dosažení této úrovně vyžaduje několikaleté zkušenosti a je prvním krokem k dosažení úrovně associate.

• Dvaasedmdesátiletý Itál Alessandro Barberis byl 15. října v Bruselu jednomyslně zvolen prezidentem Evropské asociace obchodních a průmyslových komor Eurochambres. Funkce se ujme 1. ledna 2010. Vystřídá Pierra Simona, který byl plenárním zasedáním asociace poctěn titulem čestný prezident.