

REGAL^{line}

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 44/09, 15. 12. 2009

Dotkl se trh průmyslových nemovitostí dna?

Zhruba 0,5 mil. m² moderních průmyslových ploch se letos pronajme v České republice. Oproti loňskému roku to znamená propad o 13,6 %. Ze statistického hlediska se tak zatím nenaplnila pesimistická očekávání, která převládají v jiných sektorech nemovitostního trhu. Nejvíce žádaným regionem ČR pro rok 2009 byla Praha, kde bylo dosud pronajato a nájemcům předáno asi 300 tisíc m². To představuje 67 % všech letos pronajatých ploch. „Podíváme-li se však na letošní výsledky detailněji, je evidentní obrovský propad v druhém pololetí. A to jak na straně pronájmů, tak nové výstavby. V prvním pololetí dobíhaly projekty, které byly naplánovány před vypuknutím krize. V druhém pololetí se strategie vyčkávání projevila už v plné síle i u nás,“ říká Ferdinand Hlobil, vedoucí středoevropského průmyslového týmu v Cushman & Wakefield.

Podle odhadů bude tento rok dokončeno (kolaudováno) asi 440 tisíc m² moderních průmyslových ploch. Z toho 90 % bylo vystavěno v prvním pololetí. V loňském rekordním roce bylo postaveno asi 630 tisíc m². Většina letošní výstavby probíhala v Praze, v mimopražských regionech se aktivita utlumila. Stavěly se další fáze v již existujících lokalitách, byla také zahájena výstavba tří nových parků. Letos největší výstavba v rámci jednoho parku proběhla v Panattoni Park Prague Airport, kde developer Panattoni postavil tři haly o celkové výměře 50 tisíc m². Zároveň došlo k významnému přeskupení sil na straně developerů. Vedoucí pozici na trhu zaujala společnost VGP, které patří 39 % ze všech letos pronajatých ploch. Následuje developer CTP s 20 %, který trhu v uplynulých letech jednoznačně dominoval. Třetím nejsilnějším hráčem je s 18 % Prologis.

Řada developerských projektů je pozastavena či zrušena a developeri se snaží v první řadě dopronajmout stávající volné prostory. Z toho vyplývá unikátní pozice pro potencionální nájemce při vyjednávání nových smluvních podmínek či renegociaci stávajících nájmu. Běžné nájemné za metr čtvereční prvotřídních průmyslových ploch se dnes v Praze pohybuje kolem 3,5 eura měsíčně. „Zastavení výstavby však postupně povede k poklesu nabídky a omezený výběr volných prostor bude vytvářet tlak na opětovný růst nájemného. V lokalitách s převisem poptávky bude nájemné stoupat zpět k původním hodnotám,“ dodává Ferdinand Hlobil. „Kolegové v Británii v posledních týdnech indikují první signály zlepšení na tamním průmyslovém trhu. Doufejme, že dna propadu hodnot jsme již dosáhli i u nás a očekávané oživení v příštím roce snad vrátí majitelům alespoň část jejich ztrát,“ uzavírá.

Helma Šárky Záhrobské vydražena

Křišťálová helma, kterou pro značku Milka a naši nejúspěšnější slalomářku Šárku Záhrobskou navrhla dědička známé dynastie výrobců šperků Fiona Swarovski, byla 18. listopadu vydražena v rámci charitativní módní přehlídky Fashion for kids 2009. Akce pořádaná Nadací Terezy Maxové dětem netvoří jen vrchol módní sezóny, ale také v České republice významně finančně podporuje děti bez rodinného zázemí.

Vydražená částka za helmu Milka se vyšplhala na 100 tisíc Kč a bude použita na pomoc znevýhodněným dětem. „S výsledkem dražby jsme opravdu spokojeni a považujeme jej za úspěšné završení letošní spolupráce značky Milka, hlavního sponzora Šárky Záhrobské, s Nadací Terezy Maxové dětem,“ říká Jaroslava Hájková, corporate affairs manager CZ/SK z firmy Kraft Foods, která je výrobcem cukrovinek značky Milka.

Podíl developerů na pronájmech 2009 (v %)

rok	1. místo	2. místo	3. místo
2005	CTP 41	ProLogis 26	VGP 11
2007	CTP 42	ProLogis 27	VGP 11
2008	CTP 35	ProLogis 19	VGP 16
2009	VGP 39	CTP 20	ProLogis 18

Zdroj: Cushman & Wakefield

Regal 12/2009
vyšel 15. prosince



V ČÍSLE 12 NAJDETE:

- Prodejna roku 2009
- Nová pravidla pro látky v potravinách
- Funkční potraviny

Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

SIAL poprvé na středním Východě

Podle informací UFI se na základě rostoucí poptávky po B2B platformě na středním Východě stane Abu Dhabi hostitelem největšího potravinářského veletrhu na světě SIAL pro tuto oblast.

Akce se uskuteční od 15. do 17. listopadu 2010 v Abu Dhabi National Exhibition Centre, Spojené arabské emiráty. Přivítá vystavovatele z celého světa a nákupci ze středního Východu, Afriky a indického subkontinentu.

Organizátorem je společnost Turret Middle East. Tento veletrh doplňuje globální pokrytí SIALu, který je kromě tohoto teritoria přítomen i v Evropě (Paříž), Severní Americe (Montreal), jižní Americe (Buenos Aires) a Asii (Šanghaj).

Ambiciózní plán Coca-Coly v Číně

Společnost Coca-Cola již vlastní v Číně dva ze tří nejprodávanějších perlivých nápojů. Do roku 2020 však podle HN hodlá v této zemi, která pro ni představuje třetí největší odbytiště na světě, ovládat čtyři značky (Cola, Sprite, čaj Jian Jie a lahvová voda Ice Dew) s příjmem nad 1 mld. dolarů ročně. Ambiciózní cíl odráží důvěru firmy v to, že její dlouhodobé plány na ztrojnásobení tržeb v Číně nejsou ohroženy místními konkurenty ani potenciálními politickými překážkami. V Číně má Coca-Cola momentálně dvakrát větší tržby než její největší světový rival Pepsi. Tohoto úspěchu dosáhla také díky své výrazně širší nabídce v segmentu vod a džusů. Pokračuje i v rozšiřování nabídky nesycených nápojů, u kterých musí bojovat s domácími i mezinárodními značkami.

XVI. ROČNÍK



ZAPIŠTE SI DO KALENDÁŘE:

**RETAIL
SUMMIT 2010**

www.retail21.cz/summit

2.-3.2.2010 | TOP HOTEL PRAHA

JAK SE ODRAZIT ODE DNA?

Mediální partneři:

EKONOM **REGAL**

Vánoční věštba od Kofoly

S blížícím se časem rozesílání vánočních přání přichází společnost Kofola s interaktivní internetovou pohlednicí. „Po úspěšném „Andělském přání“ nebude ani v letošní vánoční kampani Kofoly chybět stylová internetová pohlednice, tentokrát v podobě babičky – kartárky, která bude předpovídat budoucnost“, říká Vojtěch Kolmaš, brand manažer značky Kofola. „Na internetových stránkách www.vanocnivestba.cz si tak bude každý moci sestavit individuálně pro své známé a přátele originální pohlednici a s pomocí pohádkové babičky – kartárky jim věštit budoucnost“, dodává.

Od 5. prosince probíhá bannerová kampaň na internetových serverech Lidé.cz, X Chat, Centrum.cz a na komunikačním programu ICQ. Kreativní koncept celé kampaně je prací agentury Kasper, na realizaci se podílely agentury Silencio, VFX a Symbio.

Křest Pražské vodky Premium v Cathedral Café

Dne 9. prosince byla v pražském Cathedral Café slavnostně pokřtěna novinka, Pražská vodka Premium. Tato čistá obilná vodka se 45 % alkoholu patří do rodiny Pražská vodka, jež je podle Michala Panochy, group brand manažera společnosti Pražská vodka & destiláty, druhou nejznámější vodkou na českém trhu. Nový český destilát se prodává za zhruba 200 Kč a firma s ním má i exportní plány. Křtu se zúčastnili také zástupci partnerské České barmanské asociace a součástí programu byla show nejlepších českých barmanů.



Slow Food a Dotečky Vánoc

Dne 10. prosince se v pražském Velkopřevorském paláci uskutečnilo setkání přátel dobrého a pomalého jídla. Kromě informací k tématu Slow Food zde byly prezentovány výrobky vybraných zástupců této organizace. Ochutnat bylo možné například víno, vánoční cukroví, lázeňské oplatky, pralinky, uzenářské speciality či produkty Fair Trade. Program zahrnoval živou hudbu, taneční vystoupení, tombolu a dražbu vánoční rumové koule. Akce se konala jako součást celosvětového dne kvalitních potravin a rozmanitosti chutí pod názvem Terra Madre Day u příležitosti 20. narozenin organizace Slow Food, která podporuje tradiční poctivé potravinářské výrobky.

PlayStation ČR a SR láme rekordy

Listopad 2009 se stal vůbec neúspěšnějším měsícem v historii značky PlayStation v České republice a na Slovensku. O celých 18 % překonal dosavadní rekord, který doposud držel stejný měsíc loňského roku. Celkový objem prodeje za letošní listopad dosáhl výše 120 mil. Kč. „Historické prodejní rekordy se podařilo dosáhnout nejen díky redesignu a snížení ceny PlayStation 3 a pokračujícímu úspěchu PSP, ale také díky zajímavým a unikátním hrám vytvořeným pro platformu PS3. Do této kategorie patří zejména plně lokalizovaný zábavní kvíz Buzz! a virtuální zvířátko EyePet. Vysoké prodeje výrobků s logem PlayStation budou gradovat nejen s blížícími se Vánoci, ale také celý následující rok, kdy se na trhu objeví očekávané herní tituly jako např. Heavy Rain, God Of War 3 nebo Gran Turismo 5,“ říká Andrej Dula, PR & marketing manager PlayStation pro ČR a SR.

Vánoční CD pokřtěno nápojem Frisco

Dne 3. prosince proběhl křest historicky prvního vánočního alba „Šťastné a veselé“ zpěvačky Dary Rolins. Ne-tradičně pojatá akce se konala v kavárně Café Café. Vše začalo příjezdem Santy, který poté slavnostně pokřtil CD Friscem, oblíbeným nápojem Dary. „O vydání vánočního CD jsem přemýšlela již dlouho. Nyní jsem si tento sen splnila,“ uvádí Dara Rolins. „Vánoce mám opravdu ráda a slavíme je jako každá jiná rodina. Vedle klasických koled si rádi poslechneme i ty moderní a stejně tak i přípitek může být netradiční. Proto jsem zvolila pro křest mého alba osvěžující perlivý nápoj Frisco, který slavnostní atmosféru doladil,“ dodává.



Nové služby v prodejnách Coop

Spotřební družstva sdružená ve skupině Coop rozšířila ve svých prodejnách nabídku tzv. služeb s přidanou hodnotou. V průběhu roku 2009 v nich bylo nainstalováno celkem 1350 platebních terminálů dodaných společností Global Payments Europe, které umožňují kromě placení platebními kartami poskytování dalších služeb, jakými jsou dobíjení mobilních telefonů s předplacenou kartou, cashback či prodej dárkových karet. Kromě toho nadále probíhá rebranding exteriérů prodejen s náklady vyššími než 70 mil. Kč. Do konce roku bude přeznačeno 2300 prodejen, v příštím roce začne systémové přeznačování interiérů.

Obrat skupiny Touax za 9 měsíců

Francouzská skupina Touax, poskytovatel služeb operativního leasingu na trhu námořních kontejnerů, říčních nákladních člunů, nákladních vagonů a modulových staveb, do které patří i na domácím trhu působící výrobce obytných modulů firma Touax, oznámila konsolidovaný obrat k 30. září 2009 ve výši 196 mil. eur. „Bezprecedentní ekonomická krize prokázala odolnost našeho dlouhodobého a diverzifikovaného modelu podnikání v oblasti operativního leasingu. Konec krize ukáže, že náš model je rovněž ideálně nastaven pro zásadní strukturální změny v dnešní společnosti,“ říkají Fabrice a Raphaël Walewski, výkonní ředitelé skupiny.

Šéf Procter & Gamble odchází

Podle ČTK odstoupí šéf amerického koncernu Procter & Gamble A.G. Lafley na konci roku z funkce předsedy správní rady. Na jeho místo nastoupí prezident a výkonný ředitel Robert McDonald, který tak převezme obě klíčové funkce a stane se generálním ředitelem. Přestože avizovaná změna na pozici předsedy správní rady nastane hned od 1. ledna, A.G. Lafley ve firmě setrvá až do 25. února. Definitivně tak odejde až po tomto datu. Podnik za posledních deset let výrazně rozšířil výrobní náplň. Zatímco v roce 2000 měl deset klíčových značek, dnes jich má 23 a z jejich prodeje má více než 1 mld. dolarů ročně. Méně úspěšné značky, k nimž patřily čisticí prostředky Comet, deodoranty Sure a káva Folgers, naopak firma prodala.

Tržby Tesco stouply o 5,7 procenta

Maloobchodní společnosti Tesco stouply ve třetím fiskálním čtvrtletí tržby o 5,7 %. Podle ČTK to retailer uvedl ve svém prohlášení. Výsledky však zaostaly za odhady analytiků. Bez zahrnutí prodeje pohonných hmot a při konstantních směnných kurzech se tržby za 13 týdnů do 28. listopadu zvýšily o 6,6 %. V zemích mimo Británii stouply tržby o 5,4 %, při aktuálních směnných kurzech vyskočily dokonce až o 12 %. Ve Spojených státech se tržby Teska zvýšily o 37 %. Firmě pomohla expanze jejích místních obchodů Fresh & Easy. V Británii tržby v obchodech otevřených nejmeně rok stouply o 2,8 % a v nových obchodech o 2,9 %. Údaje nezahnují prodej pohonných hmot. Tesco má více než 4300 obchodů ve 14 zemích světa.

Evropští vinaři chtějí kvalitu

Tisícovka vinařů z 20 zemí EU přijala v italské Florencii manifest evropských vinařů, v němž se zavazují provozovat vinařství s ohledem na trvalý rozvoj, s důrazem na kvalitu a tradici. Informovala o tom s odvoláním na ekologické a gastronomické hnutí Slow Food agentura AFP a následně ČTK. V této chartě vinaři žádají úřady, aby jim nekladly překážky

(Pokračování na stránce 3)

Nové mediální uskupení

Jednotliví prodejci, obchodníci či manažeři mají nyní možnost v rámci své propagace cíleně nakupovat rozhlasovou reklamu v rámci nového mediálního uskupení Volume Media.cz, které zastupuje 7 silných regionálních rádií z Jihomoravského a Hradeckého kraje. Od 1. prosince, na základě uzavřené dohody se společností Regie Radio Music, vznikly na rozhlasovém trhu dva nové produkty RRM Total a Direct Total, zahrnující silná celoplošná i regionální rádia. „Společnost RRM jsme si ke vzájemné spolupráci vybrali za účelem efektivního oslovení zadavatelů národní a celoplošné reklamy. Cílem je nabídnout silný produkt jako novou volbu pro zadavatele rozhlasových kampaní a mediální agentury,“ uvádí Jaroslav Pultar, jednatel Volume Media.cz.

Předvánoční kampaň OP Prostějov

Speciální předvánoční kampaň připravila oděvní společnost OP Prostějov. K nákupu vybraných oděvů z aktuální kolekce získají zákazníci dárky – žehličku, mobilní telefon, DVD přehrávač, domácí kino, mikrovlnnou troubu nebo digitální kameru. V boji o zákazníka v době ekonomické krize tak společnost OP Prostějov přináší zcela novou strategii. Dárky čekají na každého od 11. listopadu. „Naším zákazníkům aktuálně nabízíme nejen kvalitní módní konfekci za příznivé ceny, ale navíc pro ně máme atraktivní dárky v podobě různých domácích elektronických spotřebičů od předních výrobců. Akce probíhá od 11. listopadu až do 24. prosince, takže naši zákazníci si mohou rozšířit vlastní šatník a zároveň pořídit praktické dárky pro sebe nebo pro své blízké k Vánocům,“ vysvětluje Vladimír Tomek, ředitel pro retail společnosti OP Prostějov.



Retaileri si stěžují na nový zákon

Na nový zákon o tržní síle, který má od února regulovat obchodní řetězce, si stěžují nejenom dodavatelé, ale už i obchodníci. Ti dokonce podají stížnost k Ústavnímu soudu a na nedostatky této legislativní normy chtějí upozornit i Evropskou komisi. Potvrdil to prezident Svazu obchodu a cestovního ruchu (SOCR) Zdeněk Juračka s tím, že zákon má diskriminační charakter a zavádí nezvyklé praktiky vůči obchodníkům. „Zákon by vedl k silnému omezování svobody podnikání, a to hned v několika paragrafech. V některých paragrafech jsou zase archaická znění, která lze těžko použít v dnešních obchodních vztazích,“ upozorňuje. Dodává, že podle tohoto zákona by byl velký problém uzavřít novou obchodní smlouvu. „Zákon je skutečně legislativním paskvilem a ostudou české legislativy,“ podotýká.

AFI Palác rozšiřuje nabídku obchodů

V AFI Paláci Pardubice byly otevřeny nové obchody. Vše, co souvisí se zdravým spaním, nakoupí zákazníci v obchodě tuzemského výrobce Purtex. Domácnost si mohou vybavit také ložním a bytovým textilem, který nabízí obchod Scan Quilt. Pro milovníky thajské kuchyně a japonské delikatesy suší byla otevřena restaurace Nasiako. V prvním čtvrtletí příštího roku zde otevře obchod i módní značka H&M. „Kromě těchto tří nových obchodních jednotek jsme také rozšířili nabídku kiosků. V předvánočním a vánočním čase nabídneme zákazníkům lahodné belgické pralinky, výrobky z Jižní Ameriky a tradiční českou medicínu doktora Kittela z Krkonoš. Po celý rok to pak budou kiosky Batavia (bytové a módní doplňky v asijském stylu), příslušenství mobilních telefonů Coradia a šperky Swarovski,“ popisuje marketingová a PR manažerka Lucie Hamplová.



SALIMA 2010 se připravuje

Ve dnech 2. – 5. března se brněnské výstaviště po dvou letech opět zaplní vystavovateli a odbornými návštěvníky z celého světa. Pod jednotným názvem SALIMA se zde koná přehlídka potravin a potravinářských technologií: SALIMA - 27. mezinárodní potravinářský veletrh, MBK - 5. mezinárodní veletrh mlynářství, pekařství a cukrářství, INTECO - 24. mezinárodní veletrh technologií a zařízení pro obchod, hotely a veřejné stravování a VINEX - 15. mezinárodní vinařský veletrh. Čtyřlístek se premiérově rozšíří o 26. Mezinárodní veletrh obalů a obalových technologií EMBAX. „V současné době je na veletrh SALIMA potvrzena řada oficiálních zahraničních účastí. Návštěvníci se také mohou těšit na prezentaci tradičních a známých firem a lídrů v oboru, stejně tak přibudou noví vystavovatelé,“ dodává Alena Křečková, marketing & media manager, Veletrhy Brno.

(Pokračování ze stránky 2)

pro jejich činnost s předpisy určenými pro průmysl, nikoli pro specifiku vinařství. Vinaři se naopak zavázali, že budou dodržovat a zlepšovat úrodnost půdy a rovnováhu ekosystémů, že nebudou používat chemické prostředky a syntézy a naopak budou dávat přednost kvalitě před kvantitou.

Kraft nabídl odkup Cadbury

Americký koncern Kraft Foods předložil nabídku na nepřátelské převzetí britského výrobce cukrovinek Cadbury přímo jeho akcionářům. Podmínky návrhu se neliší od nabídky z minulého měsíce. Britskou firmu chce převzít za 9,8 mld. liber (zhruba 279,6 mld. Kč) v akciích a hotovosti. Kraft Foods akcionářům britské společnosti nabízí 300 penic v hotovosti a 0,2589 své nově vydané akcie za každou akcii Cadbury. Jak uvedla ČTK, podle vedení britské firmy ale návrh není přijatelný. Nyní má firma dva týdny na to, aby se hájila obranným dokumentem, a začínají běžet lhůty pro regulátory.

Dohoda o clech na dovoz banánů

Dohoda, která ukončí spor kvůli clům na dovoz banánů, je téměř hotová, dokončena však bude nejdříve v polovině prosince. Podle ČTK to uvedla agentura Reuters s odvoláním na diplomatické zdroje blízké jednání. Evropská unie a Latinská Amerika doufaly, že dokončí dohodu již dříve, k jejímu uzavření je však potřeba ještě souhlas zemí Afriky, Karibiku a Tichomoří a Spojených států. Spor řešila Světová obchodní organizace (WTO) zhruba 16 let a patří celosvětově mezi nejdelší obchodní spory. Dohoda má snížit cla na dovoz banánů z Latinské Ameriky do roku 2016 na 114 dolarů (necelé 2000 Kč) z nynějších 176 dolarů. Snížení bude postupné, nejdříve cla klesnou na 148 dolarů. Dohoda rovněž počítá s tím, že chudší země Afriky, Karibiku a Tichomoří dostanou asi 200 mld. eur (zhruba 5,2 bil. Kč) jako kompenzaci za to, že přijdou o dosavadní konkurenční výhody.

Personálie

- Miroslav Ryba, který od roku 2001 řídí českou a slovenskou pobočku sportlifestylové značky Puma, přestupuje k 1. lednu 2010 na pozici generálního ředitele Puma Russia. V rámci své nové pozice bude zodpovědný za ruský trh a trhy Společenství nezávislých států. Vedením společnosti Puma s působností na českém a slovenském trhu bude pověřena současná finanční ředitelka Hana Kotulánová.
- Novou marketingovou manažerkou Consumer Healthcare pro Českou a Slovenskou republiku GlaxoSmithKline (GSK) je od prosince Michaela Teklová. Nahradila Zuzanu Novákovou, která nyní pracuje na regionálních aktivitách některých značek GSK.