

REGAL^{line}

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 9/09, 9. 3. 2010

Nákupní centra bojují o zákazníky

Výsledky analýzy nákupních center a hypermarketů Shopping Center & Hypermarket 2010 společnosti Incoma GfK jednoznačně ukazují výrazné přibrzdění trhu nákupních center v uplynulém roce. Tento stav lze pozorovat u všech hlavních aktérů tohoto trhu, tj. investorů, developerů, provozovatelů a retailerů na jedné straně a zákazníků na straně druhé. Řada center zaznamenala v meziročním srovnání pokles obrátů, zejména méně kvalitní centra se v některých případech musela vyrovnávat nejen s úbytkem zákazníků, ale i s odchodem některých nájemců.

Expanze se výrazně zpomalila. Pokud nepočítáme dva projekty dokončené na počátku jara 2009 v Liberci (Fórum a Plaza), jejichž otevření v roce 2009 je spíše důsledkem zpoždění prací než plánovaného načasování, pak bylo v tomto roce dokončeno pouze jedno velké nákupní centrum, OC Fórum v Ústí nad Labem. Kromě tohoto centra, rozšíření centra Olympia v Brně a několika menších projektů (vnitroměstský mall Atrium v Hradci Králové, retail parky Area Bory v Plzni či Škodovka v Klatovech) a hypermarketů s malými shopping mally se expanze nákupních center vloni v podstatě zastavila.

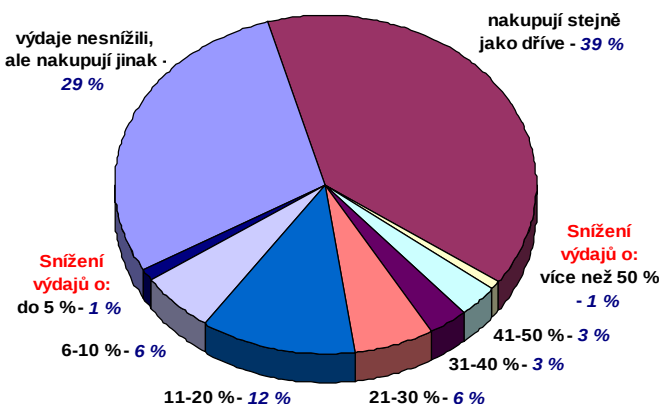
V roce 2009 také již došlo k historicky prvnímu ukončení činnosti nákupního centra a jeho přeměně na úplně odlišný maloobchodní koncept (NC Stodůlky). Tato situace se při déletrvajícím přetrvávání stagnace ekonomiky může v budoucnu opakovat.

Ani letos nelze očekávat podstatné oživení trhu, nové projekty jsou až na výjimky (např. Galerie Harfa v Praze) posunuty či pozastaveny a developeri či investoři vyčkávají.

Postupná obměna nájemců v rámci některých nákupních center může vést v souladu se změnami nákupního chování zákazníků až k úplné změně zaměření centra. V současné době jsme také svědky určité koncentrace provozovatelů v nákupních centrech. Na úkor slabších lokálních nájemců obsazují volné prostory řetězce. A tak zatímco celkový počet provozoven se v nákupních centrech zvýšil o více než 4 % a celkem zde zpočátku roku 2010 fungovalo na sedm tisíc maloobchodních provozoven, počet firem provozujících prodejny v nákupních centrech celkově klesl, a to skoro u všech sortimentních skupin, celkem téměř o 3 %.

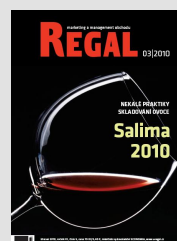
Stagnace ekonomiky se promítla také do nákupního chování zákazníků nákupních center. Z rozsáhlého zákaznického šetření v rámci studie vyplývá, že 32 % respondentů určitým způsobem snížilo své výdaje v nákupních centrech, dalších 29 % jiným způsobem upravilo strukturu svých nákupů. Navzdory obtížnému období si úspěšná centra nicméně na nepřízeň zákazníků ani loni stěžovat nemohla. Vysokou návštěvností se mohou chlubit zejména pražský Nový Smíchov a Centrum Chodov a brněnská Olympia a Galerie Vaňkovka. Každé z těchto center loni navštívilo kolem 16 % domácností z celé České republiky.

Změna výdajů návštěvníků nákupních center v roce 2009 oproti minulosti



Zdroj: Shopping Center & Hypermarket 2010, Incoma GfK

Regal 3/2010 vyjde 17. 3.



V ČÍSLE M.J. NAJDETE:

- Salima 2010
- Skladování ovoce a zeleniny
- Nekalé praktiky v obchodě
- Fenomén grilování

Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Rodina Jungheinrich roste

Nový typ DFG/TFG 316s-320s je další přírůstek do rodiny vozíků Jungheinrich s hydrostatickým pohonem. Prototyp tohoto velmi tichého „hightech“ stroje byl představen veřejnosti v září 2009. Nyní je vozík vyráběn sériově v závodě Jungheinrich-Moosburg.

„Malý“ vozík Jungheinrich se spalovacím motorem a hydrostatickým pohonem může přepravovat náklad až 2 tis. kg, zakládat do výšky až 6,5 m a je vybaven hydrostatickou technologií „made in Germany“. Srdcem nového vozíku je motor Volkswagen, v dieselové (DFG) i plynové (TFG) variantě. Regulační čerpadla a motory kol pochází od firmy Bosch Rexroth. „Základ špičkových výkonů při současně maximální energetické účinnosti je třeba hledat v systémové elektronice se software, vyvinutým u firmy Jungheinrich. „Malý“ hydrostat je logickým doplněním řady DFG/TFG 425s-435s, úspěšně zavedené na trh v roce 2008“, vysvětluje Marek Scheithauer, vedoucí produktového managementu a marketingu firmy Jungheinrich. Osvědčený koncept designu, technologie pohonu, ergonomie i bezpečnosti byl přenesen i na nový vozík.

Pokles tržeb a posílení pozice

Nepředvídatelné měnové problémy a masivní propad poptávky na straně zákazníků z oblasti průmyslu představovaly v uplynulém finančním roce pro firmu Henkel CEE (střední a východní Evropa) velmi vážné problémy. Nicméně celkový obrát kalkulovaný v místních měnách vzrostl o 2,3 %, a to díky výsledkům obchodování se spotřebními značkovými produkty. Znehodnocení měn o více než 14 % v porovnání s eurem nakonec vyústilo v pokles celkových tržeb v eurem vyjádření o 11,4 %, na 2230 mil. eur. „Jsem velmi

(Pokračování na stránce 2)

BIO SUMMIT 2010 www.biosummit.cz



Témata konference:

Mediální partner:

REGAL

Odborná konference 8. dubna 2010, Kongresové centrum U Hájků, Praha

- Etika v podnikání
- Lokální a regionální nákup a marketing
- Sociální a ekologická odpovědnost
- Využívání výzev k trvalé udržitelnosti pro inovace a růst



Palmex garantuje vrácení peněz

Na podzim loňského roku představila společnost Henkel ČR inovaci značky Palmex. Nová receptura nejen odstraní skvrny, ale navíc usnadní žehlení. Prodej tohoto konceptu se firma rozhodla podpořit marketingovou kampaní se zárukou vrácení peněz.

Každému, kdo si v březnu koupí Palmex a nebude spokojen, garantuje společnost vrácení peněz za jeho nákup zpět. Kampaní bude podpořena několika nástroji – v TV poběží tag-in, na serveru www.akcniceny.cz bude umístěn banner a v prodejnách budou akce komunikovat POS materiály jako regálové zakladače, neckhangery, paletové dekorace nebo letáky. Dále bude akce podpořena inzercí v trade magazínu a bannery na internetových portálech.



Pouze 8 cm² skladovacích prostor

Analýzu s cílem zmapovat situaci v oblasti uskladnění pro osobní i komerční účely provedla norská společnost City Self-Storage. Výsledek ukázal, že v ČR je nedostatek osobních skladů a na jednoho obyvatele připadá pouze 8 cm². V porovnání s evropským průměrem je ČR na posledních příčkách. Analýza prokázala, že v Praze je nouze o skladovací prostory, které jsou doplněny dalšími službami (24-hodinová ostraha, kamerový systém atd.).

Podle firmy je v ČR zhruba 11 tisíc m² uložných prostor. Nabídka nájmů skladovacích prostor o velikosti pouze několika metrů je u nás téměř nulová. „Výhodou self-storage služeb je to, že platíte jen za metry, které skutečně využijete. Skladovací pobočky mají navíc propracovaný bezpečnostní systém“, říká Soňa Fialová, ředitelka české pobočky společnosti City Self-Storage.

KLASA předala certifikáty na veletrhu Salima

Slavnostní předávání proběhlo 3. března 2010 v prostorách brněnského kongresového sálu Morava za přítomnosti ministra zemědělství Jakuba Šebesty a dalších pozvaných hostů. Při prvním udělování certifikátů v letošním roce bylo oceněno celkem 32 výrobků od 12 výrobců.

V současné době nese na svém obalu značku KLASA již 1323 výrobků od 227 výrobců. „Každá značka kvality, kterou se výrobek může pyšnit na svém obalu, pomáhá zákazníkovi při orientaci a identifikaci, neboť obal výrobku obsahuje velké množství informací, někdy obtížně čitelných,“ uvádí Jakub Šebesta.

„Jsem rád, že si značka KLASA získala dobré jméno a více jak 1300 výrobků bylo touto značkou již oceněno. Jsem přesvědčen, že aktivity, které stát vyvíjí v oblasti tzv. státního marketingu na poli značky národní kvality KLASA, jsou správné a budou i nadále finančně podporovány,“ dodává.



Do Prahy zavítá nový pop-up obchod

Minty Concept Club představil první pop-up obchod v Praze v prosinci loňského roku a nyní se chystá rozvířít vody pražské módní scény další novinkou, Bikiny karavanem. Českým zákazníkům v něm představí kolekci plavek exkluzivní americké značky Vitamin A. Kolekce bude uvedena v designovém stříbrném karavanu Airstream, který zastaví 20. a 21. května u náměstí Republiky v Praze. „V Minty jsme hrdí na to, že do Prahy přivezeme takto exkluzivní značku,“ říká Yasmin Keshmiri Hejduk, konceptová ředitelka Minty.

Spotřebitelská soutěž „Pojed' fandit Česku!“

Po loňské premiéře značky Ceresit na MS v ledním hokeji ve Švýcarsku se na letošním svátku hokeje v roli sponzora představí další značka z portfolia divize lepidel a technologií Henkel ČR. Thomsit - značka podlahových systémů pro profesionály. Jednou z marketingových aktivit bude spotřebitelská soutěž s mottem „Pojed' fandit Česku!“, která startuje 8. března a skončí týden před zahajovacím utkáním, 30. dubna.

Každý zákazník, který si po dobu soutěže koupí výrobek značky Thomsit nebo Ceresit (včetně Ceresit stop vlhkosti) a zašle v předem definovaném tvaru SMS, se zařadí do soutěže o zajímavé ceny. V průběhu března a dubna pak každý den jeden soutěžící vyhraje dva lístky na zápas ČR – Švédsko, další soutěžící získají vše potřebné do výbavy správného fanouška: hokejové dresy, čepice a šály v národních barvách. Pro příznivce hokeje je připraven i webový portál www.pojedfandit.cz, věnovaný hokejovému mistrovství.

(Pokračování ze stránky 1)

hrdý, že jsme uspěli při posilování naší pozice na trhu ve všech třech obchodních divizích – Prací a čisticí prostředky, Kosmetika a Lepidla a technologie – navzdory mimořádně náročným hospodářským podmínkám,“ uvádí Günter Thumser, generální ředitel společnosti. „To je jedním z důvodů, proč masivně anticyklicky investujeme do podnikání v oblasti spotřebního zboží a proč jsme rovněž posílili naši přítomnost v reklamě.“

Druhý solární projekt v Portlandu

ProLogis, mezinárodní poskytovatel distribučních nemovitostí, oznámil svůj druhý 2,4 MW solární projekt v americkém Portlandu. Po dokončení bude největším střešním solárním systémem v SZ Pacifiku. „S naším globálním střešním solárním programem jsme udělali obrovský pokrok,“ říká Drew Torbin, ředitel pro obnovitelnou energii společnosti. „Zaznamenali jsme zvýšený zájem o naše střešní prostory, protože jsou pro solární instalace ideální a pro tyto účely jsou okamžitě k dispozici. Tento zvýšený zájem ze strany veřejných podniků a investorů ukazuje, že velkokapacitní výroba energie je tím správným řešením pro dnešní potřeby obnovitelné energie.“ ProLogis podepsal smlouvu na pronájem 84 tis. m² střešních prostor s Portland General Electric, dodavatelem elektrické energie, který zásobuje zhruba 818 tisíc domácností, komerčních a průmyslových společností v Oregonu.

Deichmann expandoval v CEE

Navzdory celosvětové hospodářské krizi udržel největší evropský obuvnický koncern roku 2009 svůj investiční plán a posílil vlastní síť poboček o dalších 215 prodejen, rozmístěných po střední a jihovýchodní Evropě. Celosvětově bylo otevřeno 282 nových prodejen skupiny Deichmann. Kromě toho na Slovensku uvedl do provozu nové logistické centrum, které si klade za cíl podpořit další expanzi do daného regionu. Hlavní roli ve strategickém plánování růstu zde hraje Deichmann Rakousko. Ze své centrály ve Vídni řídí expanzi v Maďarsku, České republice, na Slovensku, ve Slovinsku, Chorvatsku, Rumunsku a od roku 2009 i Bulharsku. „Naše plány se nám i přes hospodářskou krizi podařilo splnit,“ říká Heinrich Deichmann, předseda správní rady skupiny Deichmann. Její celkový obrat vzrostl v roce 2009 z 3,1 mld. eur o 9 % na téměř 3,4 mld. eur (netto 2,9 mld.).

Stahování zářivek TL-D Standard

Společnost Philips upozorňuje na další vlnu stahování neefektivních zdrojů. Tentokrát se jedná o lineární zářivky skupiny TL-D Standard. Ty od 13. dubna 2010 nebude Philips dále uvádět na trh v rámci EU. Alternativy k zastaralému zářivkovému osvětlení jsou dnes již běžné k dispozici. Díky nim je možno oka-

(Pokračování na stránce 3)

Kampaň jihotyrolských produktů na rok 2010

V rámci kampaně „Nová evropská strategie bezpečnosti potravin“ se EU snaží již dva roky podporovat kvalitní produkty s pečeti kvality CHZO a DOC na území čtyř evropských států, a to v Itálii, Německu, Polsku a České republice.

Rok 2010 je posledním rokem této kampaně. Opět proběhne řada akcí, jejichž cílem i letos bude prohloubit informovanost občanů o Jihotyrolském jablku CHZO, Jihotyrolském špeku CHZO a Jihotyrolském vínu DOC. Další informace o aktuálních ochutnávkách a akcích jsou k dispozici spolu s recepty také v češtině na webových stránkách www.suedtiroler-originale.info.

King Oscar v celofánovém barevném přebalu

K razantní změně v balení konzerv přistoupil na českém trhu tradiční výrobce rybích konzerv King Oscar. Na tři typy Baltických sardinek nově začal používat celofánový přebal. Původní kovové konzervy tak nově překrývá reklamní celofán, který navíc doznal zcela nového designu. Originální řešení přichází z Norska, kde jej King Oscar používá u svých prémiových produktů.

„Díky novému přebalu jsme získali prostor, v němž můžeme předat zákazníkům nové informace. Například zvažujeme zařazování receptů do prostoru mezi vnějším obalem a konzervou, a to od vybraných renomovaných kuchařů,“ říká Radek Hovorka, zástupce společnosti Rieber & Son pro střední Evropu, která rybí konzervy King Oscar vyrábí.



KFC s novou nabídkou a českými dodavateli

Sendvič Wrapstar je nová nabídka KFC, která se skládá z kousků kuřete, ledového salátu, rajčat, grilovaných paprik, dvou druhů sýrů, tostady a salzy. Všechny tyto ingredience jsou zabaleny do tortily, která je zapečena na grilu. Nový produkt je nabízen samostatně za 85 Kč, v menu za 119 Kč. Wrapstar menu zahrnuje rovněž hranolky a bezedný nápoj.

Pro zajímavost, mezi tuzemské dodavatele firmy patří např. Vodňanská drůbež a DZ Klatovy. Pečivo, které používá KFC pro sendvičové speciality, jako např. Longer, Zinger nebo Grander, je dodáváno Michelskými pekárny. Mouka k obalování pochází z mlýna Ampa Pardubice. Zelenina používána v KFC je pěstována a dodávána společností Beskyd Fryčovice. Majolka a tatarka pochází od české společnosti Alima.

GE Money Bank přichází se službou PayMyway

GE Money Bank se stala první bankou v ČR, která propojila své internetové bankovníctví s novou službou PayMyway. Možnost online platby přes PayMyway je tak nyní dostupná více než půl milionu klientů GE Money Bank, kteří ke svému účtu využívají Internet Banku.

„Služba PayMyway je uživatelsky velmi pohodlná. Narozdíl od elektronických peněženek nebo obdobných platebních nástrojů jednotlivých bank si nemusí lidé platit přes PayMyway zakládat žádný nový účet a pamatovat si nová bezpečnostní jména a hesla,“ říká Ivan Varhaník, eBusiness manažer GE Money Bank.

„Velkou výhodou PayMyway je i urychlení celého procesu platby v internetovém obchodě. Obchodník totiž může vydat zboží ihned po garanci platby bankou, která tak učiní během několika vteřin po potvrzení částky v internetovém bankovníctví,“ dodává.

Nový B2B web Brown-Forman

Distributor alkoholických nápojů (např. Finlandia Vodka, Jack Daniel's, Martini, Bacardi či tequila El Jimador), společnost Brown-Forman Czech & Slovak Republics, spustila před loňskými vánocemi nový B2B portál www.bf2b.cz. Přestože se jedná primárně o nástroj na prodej kompletního produktového portfolia obchodním partnerům, mohou si přes něj svůj oblíbený nápoj objednat i koncoví zákazníci.

„Portál slouží v současnosti jako doplňkový kanál pro naše obchodní partnery, rozhodně není jeho cílem nahradit práci našich obchodních zástupců. Do budoucna v něm vidíme marketingově prodejní nástroj s velkým potenciálem. Od jeho spuštění očekáváme nárůst objednávek zejména v segmentu firemních zákazníků, kteří často naše značky využívají jako bonusy pro zaměstnance nebo firemní dárky,“ říká Petr Polák, trade marketing manažer firmy.

(Pokračování ze stránky 2)

mžítě dosáhnout lepší kvality světla. V současné době již existuje několik možností přechodu na kvalitnější a energeticky efektivnější fluorescenční zdroje. Např. Philips MASTER TL-D lineární zářivky nabízejí velmi dobrý index podání barev a o 10 % více světla při stejném příkonu. Philips MASTER TL-D Eco lineární zářivky nabízí nejen lepší kvalitu světla, ale také okamžité úspory ve výši až 10 % spotřeby elektrické energie.

Roste objem recyklovaného skla

V roce 2008 vzrostl v Evropě podíl recyklovaného skla z domácností na rekordních 64 %. Tento fakt odráží nejen zvyšující se povědomí spotřebitelů o vlivu recyklování na životní prostředí, ale i pokračující snahu jednotlivých evropských vlád nadále zlepšovat sběr skla a recyklační programy. Potvrzují to nejnovější údaje Evropské federace výrobců obalového skla (FEVE). FEVE sdružuje 59 producentů skleněných obalů včetně významného výrobce obalového skla, společnosti O-I. Generální tajemnice FEVE Addeline Farrelly uvádí: „Tato čísla jasně dokazují pozitivní trend, neboť za poslední rok dosáhla celá řada evropských zemí díky spolupráci občanů ambiciózního cíle šedesátiprocentního podílu sběrového obalového skla, který stanovuje evropská směrnice o obalech a obalovém odpadu.“

Personálie

- Na pozici specialistky marketingu a komunikace přešla v rámci společnosti GfK Czech od března 2010 Andrea Winklerová. Ve své nové funkci nahradí Sherin Dalíkovou, manažerku marketingu a komunikace, která ke stejnému datu nastoupila na mateřskou dovolenou. Do GfK Czech zamířila Andrea Winklerová z Omnicom Media Group, kde po dobu pěti let působila na pozici operations manager.
- Společnost Infor, poskytovatel podnikového softwaru pro středně velké společnosti, oznámila, že jmenovala Petra Felknera country manažerem svého českého zastoupení. Petr Felkner bude zodpovědný za implementaci obchodní strategie a rozvoj firmy na českém trhu, jak v tradičních zákaznických segmentech, tak v rámci expanze do nových segmentů.
- Michaela Rudyková, brand manager foods, Bolton Czechia, odešla začátkem března na mateřskou dovolenou. Péči o sortiment potravin ve firmě po ní přebírá kolegyně Petra Termmerová.
- Luděk Kraus, dosavadní manažer firemních vztahů a komunikace Plzeňského Prazdroje, přechází na pozici manažera rozvoje zahraničního obchodu pro oblast severní Evropy. Bude především pečovat o prodej čtyř mezinárodních pivních značek skupiny SABMiller v čele s pivem Pilsner Urquell.