

RETAIL UPDATE

NEWSLETTER

6 DE JAARGANG N° 43 • 5 SEPTEMBER 2008

FACTS

Nieuwe telgen voor Wijnegem Shopping center

Vorige week opende Zest Fresh Juice Bars een gloednieuwe winkel in Wijnegem Shopping Center. In de bar vinden de klanten verse en gezonde sappen en heerlijke smoothies, allemaal ter plaatse gemaakt. Eén dag later had Wijnegem Shopping alweer wat te vieren: de nieuwe winkel 7:am opende namelijk die dag haar deuren. De boetiek biedt een ruime keuze aan dameskleding en accessoires. Ook in de nabije toekomst, is Wijnegem Shopping Center in blijde verwachting van enkele nieuwe winkels. Zowel Terre Blue als Fashion Shoes zijn volop bezig met de inbouw van hun nieuwe shop.

Talking French op naar dertig winkels

Het Belgische Talking French, dat behoort tot de groep Painblanc, gaat binnenkort vier nieuwe boetieks openen. Zo komt er midden september een winkel van 300 vierkante meter in Gent, aan de Kalandberg nummer 7. In november opent de modeketen een shop van 156 vierkante meter aan de Adolf Buylstraat nummer 38 in Oostende. In Namen wordt de winkel van Dessange aan de Rue de Fer nummer 80 overgenomen. Die boetiek is goed voor 80 vierkante meter. En tenslotte neemt Talking French in Turnhout de winkel van Huybrechts in de Gasthuisstraat nummer 21 over, die is goed voor 193 vierkante meter.

Woonzoo.nl

Dat is de naam van de nieuwe online woonportaal van Sanoma. Op dit platform kunnen de prijzen van alle Nederlandse meubelveranciers met elkaar vergeleken worden.

NEWS

Zeb neemt Jeansgallery over

Zopas heeft de Belgische moderetailer Zeb de kleine Westvlaamse keten Jeansgallery overgenomen. Eigenaar Bruno Van Steenlandt hield er mee op en door de overname krijgt Zeb er nu zes nieuwe winkels bij: Brugge (Sint-Kruis), Brugge (Blauwe toren), Menen, Waregem, Roeselare en Ieper. Deze vestigingen zullen trouwens volledig vernieuwd worden. Bovendien neemt het bedrijf hiermee een doorstart, want ook het cliënteel wordt overgenomen. Naast die overname opent Zeb ook nog eens twee nieuwe eigen shops in Tienen en Wevelgem. "In totaal opent Zeb dit najaar dus acht nieuwe winkels. Dit brengt het

totaal aan nieuwe winkels voor 2008 op 10. In het voorjaar opende Zeb immers al twee winkels in Merchtem en Wetteren. Op de Belgische markt is er zeker nog groeipotentieel in de modesector. We zijn ervan overtuigd dat we voor de Belgische klant een toegevoegde waarde kunnen betekenen door ons uitgelezen en speciaal geselecteerde aanbod uit grote, populaire merken zoals Esprit, Only, EDC, Vero Moda en Jack & Jones, denimmerken zoals Replay, Levis, Lee... maar ook nieuwere spelers zoals Madonna en LTB", aldus managing director Luc Van Mol.

Eerste Pinko flagship in Benelux

Op 28 augustus opende Pinko zijn allereerste flagship store in de Benelux, aan de Huidevettersstraat 42a in Antwerpen. Met meer dan 100 winkels wereldwijd, in steden als London, Beijing, Warschau, Parijs, Saint Tropez, Dubai, Barcelona en Athene, kon een vestiging in modestad Antwerpen niet achterwege blijven. Fashion Club 70 uit Antwerpen, die recent de Benelux-vertegenwoordiging van het merk onder zijn hoede heeft gekregen, zette mee de schouders onder het project. Het shop concept van Pinko is zeer eenvoudig samen te vatten: alles draait om de klant. Die moet zich op haar gemak voelen en relaxed kunnen rondkijken zonder ooit het gevoel te krijgen dat er haar iets wordt aangeprezen of opgedrongen. Het is ook zeker niet de bedoeling dat alle Pinko-stores ter wereld er identiek uitzien, integendeel: op het vlak van architectuur en inrichting zijn er geen vaste regels. Elke Pinko-store is dan ook een unieke realisatie, bedacht in functie van het gebouw en de om-

geving. Wie de winkel in de Huidevettersstraat binnen wandelt, wordt meteen ondergedompeld in de mood van het merk: stijlvolle, trendy luxe in een ontspannen atmosfeer. Een vloer van wit marmer gaat over in wit vasttapijt voor de pashokjes. De collectie hangt ruim gepresenteerd. Een nieuwe outfit bekijken doet men in kamerhoge gefumeerde spiegels. Via de witte marmeren trap komt men op de verdieping. De hoge plafonds en muren met prachtig gerestaureerd stucwerk, de oude schoorsteenmantels en de vloer van brede, wit gebeitste planken creëren een rustige, huiselijke sfeer. Aan de muren twee sculpturen en een muurschildering van de Italiaanse kunstenaar Sara dell'Onze die zeker bijdragen aan de sfeer van exclusiviteit. In de tweede kamer op de verdieping zijn opnieuw enkele ruime pashokjes ingericht. De muurbekleding en de gordijnen zijn gemaakt van crèmekleurig suède.

Handelaars Blankenberge vrezen winkelcentrum Club-stadion

De discussies over een nieuw stadion annex shoppingcenter voor Club Brugge blijven aanslepen. Ook Blankenberge toont zich nu bezorgd voor haar handelaars en de mobiliteit naar de kuststad. "We vrezen bij een inplanting in Brugge-Noord veel hinder voor het lokale en toeristische verkeer van en naar onze badstad", zegt de Blankenbergse schepen en Vlaams parlements lid Patrick De Klerck (Open Vld) aan Het

Laatste Nieuws. "Bijkomende winkels met een totale oppervlakte van 25.000 tot 40.000 vierkante meter zien wij als de doodsteek voor veel handelszaken in Blankenberge en elders aan de Oostkust. Als stadsbestuur doen wij momenteel inspanningen voor de leefbaarheid van het handelsapparaat in Blankenberge. Het kan niet dat zij aan onze achterdeur concurrentieel dood worden gestoken."

KidsLaB lanceert vlaggenwinkel in Schoten

Deze maand zal KidsLaB zijn eerste eigen winkel openen in Schoten. Het Belgische interieur- en lifestyle-merk voor kinderen opteert voor een baanwinkel van 735 vierkante meter die de naam bekendheid van het merk moet ondersteunen. De nieuwe shop is gevestigd aan de Bredabaan 970 in Schoten. KidsLaB is momenteel wel al verkrijgbaar in verschillende meubelzaken en boetieks. Na Schoten volgt volgend jaar ook nog een stadswinkel aan de Antwerpse Eiermarkt.

Winkelen per fiets in Brussel

Voor de vijfde keer op rij organiseren De Fietsersbond en GRACQ - Les cyclistes quotidiens in partnerschap met elf Brusselse gemeenten de campagne Winkelen per fiets in Brussel. Van 25 augustus tot 17 oktober willen de organisatoren mensen aanmoedigen om vaker de fiets te gebruiken bij het winkelen. Deelnemers krijgen een kaart waarmee ze kunnen deelnemen aan een wedstrijd waarbij bonnen te winnen zijn bij fietswinkels. De campagne krijgt de steun van het Brussels gewest, Unizo, UCM en kleine distributieketens.

Ikea in Nederlandse Heerlen grootste in Benelux

De Nederlandse Ikea-winkel in Heerlen werd zopas uitgebreid van 19.000 naar 35.000 vierkante meter. Daarmee wordt het filiaal, dat twee verdiepingen telt, het grootste in de Benelux. Bovendien komt er tegen augustus volgend jaar nog eens 2.000 vierkante meter bij. Maar liefst 40 procent van de bezoekers van deze Ikea komt trouwens uit België en Duitsland.

Winst Macy's daalt

In het tweede kwartaal van dit jaar is de winst van Macy's gedaald met 1,4 procent tot 73 miljoen euro. De omzet van de Amerikaanse warenhuisketen daalde dan weer met drie procent tot 5,72 miljard euro.

Retail Sensations Seminar

Op 18 september vindt in Technopolis het Retail Sensations Seminar 2008 plaats, een evenement dat exclusief gericht is naar retailbedrijven en groothandels met eigen winkels.

Met dit initiatief wil V-Concept, een ICT-bedrijf uit Malle, specifieke aandacht schenken aan het belang van innovatie om het hoofd te bieden aan de toenemende concurrentie in de retail-sector. Gastsprekers Luc Ardies, sectorverant-

woordelijke bij Unizo, en Bart De Beuker, IT-director bij winkelketen Fun, zullen tijdens hun presentaties ingaan op de toekomst van de zelfstandige detailhandel en het belang van ICT en automatisering binnen de sector.

Meer informatie: www.v-concept.be/retail-sensations-2008 of info@theconceptgroup.be of tel: +32 3 420 07 10.

Derde C&A Shoes in Leuven

Vorige week opende C&A in Leuven een nieuwe C&A Shoes. Het gaat om de derde C&A Shoes in België. De C&A Shoes in Leuven heeft een oppervlakte van 270 vierkante meter en is gelegen in een winkelstraat. Een team van vijf gemotiveerde mensen staat klaar om de klanten te helpen. C&A Shoes biedt een collectie aan voor dames, heren en kinderen onder dezelfde merken als diegenen die worden aangeboden in de kledingwinkels waaronder Yessica, Canda, Angelo Litrico en Westbury. Daarnaast vindt het hele gezin er ook accessoires. Begin maart 2008 opende C&A haar eerste C&A Shoes in Mons, de eerste standalone schoenenwinkel. Midden

maart volgde dan een tweede winkel in Wetteren. Naast de C&A Shoes in Leuven werd vorige week ook een kledingwinkel in Libramont geopend. En in maart 2009 komen er nog openingen in Sint-Pieters-Leeuw en Waterloo. Zoals gebruikelijk gaan de openingen gepaard met speciale acties. C&A reikt ook elke keer ter gelegenheid van de opening van een nieuwe winkel een cheque van 2.500 euro uit aan een goed doel dat in de omgeving van het filiaal goed gekend is. In Leuven gaat de cheque naar de vzw Kanactiefplus, een vereniging met als doelgroep alle vrouwen die borstkanker hebben of ervoor in het verleden behandeld zijn.

U Roads, schoenen van gerecycleerde banden

De geschiedenis van schoenenmerk U Roads is het verhaal van een merk dat een nieuwe weg vond en besloot hem ook in te slaan. U Roads fabriceert schoenen op een milieuvriendelijke manier. De schoenenfabrikant volgt een ethisch ideaal: oude banden recyclen en vervolgens gebruiken als buitenzool van de U Roads schoenen. Dit specifieke kenmerk heeft de naam U Roads wereldwijd bekend gemaakt. U Roads heeft door de jaren heen nooit zijn oorspronkelijke filosofie uit het oog verloren: respect voor

het milieu. Het schoenenmerk gelooft er rotsvast in dat iedereen stijlvol én milieubewust kan zijn en dat iedereen een steentje moeten bijdragen aan een betere planeet zonder aan klasse en uitstraling in te boeten. Elk paar schoenen van U Roads is handgemaakt, met oog voor detail, naar het design van de Turijn Bruno Bordese. In België worden de schoenen van U Roads verkocht in verschillende verkooppunten, zoals Clinic in Antwerpen en Hasselt, Movies in Gent en Level One in Brugge.

Retail Update - Huurtransacties			
Adres	Huurder	Oppervlakte	Makelaar
Linthout, Brussel	Sony Center	± 140 m ²	Jones Lang Lasalle
Rue Dampremy 14, Charleroi	Sarah Pacini	± 150 m ²	Jones Lang Lasalle

Retail Update - Verkooptransacties			
Adres	Huurder	Oppervlakte	Makelaar
Demerstraat 42, Hasselt	Bermaso	± 126 m ²	Jones Lang Lasalle

Kruidvat verkoopt gezondheidsproducten

Sinds 21 augustus zijn gezondheidsproducten die tot dusver enkel en alleen in de apotheek verkocht werden, ook verkrijgbaar bij Kruidvat. Met gezondheidsproducten doelt het bedrijf op producten die zonder doktersvoorschrift verkregen kunnen worden, zoals vitamines en supplementen (Davitamon, Omnibionta en Pharmaton) en specifieke skin & body care producten (La Roche Posay, Mustela en Galenco).

Het gaat trouwens om exact dezelfde producten als in de apotheek, alleen zijn deze bij Kruidvat tot 20 procent goedkoper. Kruidvat wil op deze manier de zelfzorg ook voor de Belgische consument toegankelijker en vooral goedkoper maken. De producten worden herkenbaar aangeduid met een groen schapkaartje, waarop het Pharmatip-logo staat.

China dol op westerse luxeproducten

Dat Chinezen dol zijn op luxe is al langer geweten. In 2006 stond China op de derde plaats in de top tien van grootste luxeconsumenten ter wereld. En in 2015 zal het land waarschijnlijk de tweede plaats innemen. Alle bekende luxelabels hebben dan ook vestigingen in verschillende Chinese steden. Daarnaast zien we ook dat de luxe-industrie sinds een vijftal jaar produceert op Chinese bodem. Merken als Burberry, Céline, Prada, Donna Karan, Christian Lacroix, Giorgio Armani en Ralph Lauren maken hun collecties, of een deel daarvan, in China.

We moeten wel opmerken dat de arbeidsomstandigheden in het Aziatische land sterk verbeterd zijn. En ook de lonen gaan de hoogte in. Producenten in China wordt dus steeds duurder. Naar alle waarschijnlijkheid zullen luxemerken op termijn dan ook wederom nieuwe horizons opzoeken voor de productie van hun goederen. Ander opvallend feit is dat steeds meer Chinese ondernemers in alle stilte westerse luxemerken opkopen, denk bijvoorbeeld maar aan Lanvin of Pringle.

Pilot voor Walters' Gourmet Store

Inspelend op de vraag naar comfort, snelheid en gemak enerzijds en de emotionele beleving van voeding anderzijds opende Walters' Gourmet Store op 21 augustus zijn eerste pilotstore in Sint-Denijs-Westrem. Met dit nieuwe winkelconcept wil het enseigne een nieuwe marktpositie uitbouwen in de nichemarkt van de betere voeding en delicatessen. De tendens om meer thuis te ontvangen, de ontwikkeling op de markt van thuisgastronomie en hobbykoks, de waardering voor kwalitatieve en hoogwaardige voedingsproducten, de toegenomen interesses voor gastronomie en wijnconsumptie, samen met de Bourgondische ingesteldheid van de Belgische bevolking, vormen het ideale kader en moment voor de uitbouw van een goed retail concept voor een gourmet store. Walters' Gourmet Store wil uitgroeien tot een toonaangevende en innoverende zelfbedieningsstore

met een landelijke dekking. Particulieren zullen er terecht kunnen voor gespecialiseerde en kwalitatieve gastronomische voedingsproducten (vers, gekoeld, diepvries en droge producten) van diverse oorsprong in de sector van delicatessen, wijnen en gedistilleerd. Deze ideeën, gevoed door bovenliggende conceptgedachte, leggen de basis voor een winkelformule die hoogwaardige convenience aanbiedt in een inspirerende omgeving. Het nieuwe winkelconcept omvat de realisatie van een keten van baanwinkels op belangrijke toegangswegen naar steden en groot steden. Primaire doelstelling is het opzetten van een tiental winkels in eigen beheer in België. De winkels zullen een verkoopsoppervlakte hebben van 500 tot 600 vierkante meter en voorzien zijn van de nodige parking.

Optredens van musicalsterren in Harrods

Om meer klanten aan te trekken, organiseert het Londense Harrods optredens van musicalsterren. Vanaf deze maand kunnen bezoekers van het warenhuis acht weken lang sterren uit onder meer Mamma Mia en Chicago bewonderen tijdens twintig minuten durende shows. Bovendien zullen ook dansers van het nationale ballet en deelnemers van Dancing with the Stars het beste van zichzelf geven.

Gucci wereldwijd populairste luxemerk

Uit onderzoek van het bureau Nielsen in 48 landen blijkt dat het Italiaanse Gucci wereldwijd het populairste luxemerk is. Twee jaar geleden stond Gucci nog op een gedeelde eerste plaats met Giorgio Armani. Nummer twee is weggelegd voor Chanel en Calvin Klein. Daarna volgen Louis Vuitton, Giorgio Armani en Christian Dior.

E-shop voor Gastra

Vorige maand opende het Nederlandse zeilmerk Gastra zijn eigen internetshop, die de producten wereldwijd aan de man moet brengen. Op de webwinkel Gastraonline.com wordt nu al een deel van de zeilcollectie te koop aangeboden. Maar de komende maanden zal het assortiment verder uitgebreid worden.

Apple boekt recordomzet met iPhone software

De verkoop van software voor de iPhone van Apple loopt als een trein. Het bedrijf verwacht dan ook snel de grens van een miljard dollar omzet te doorbreken. Momenteel wordt er al een miljoen dollar per dag verkocht via de downloadwinkel.

Peter Grypdonck, countrymanager voor België bij eBay

eBay wordt platform voor professionele verkoop

Op 23 september organiseert de expertgroep Retail de 15de Retaildag: What's new, shopper? De congresdag brengt trends in winkelgedrag in kaart en hoe retailers erop kunnen inspelen. Een van de aangekondigde sprekers is Peter Grypdonck, countrymanager België bij eBay.

1 Blijft internetverkoop niet voornog een eerder bescheiden gebeuren?

Grypdonck: Het is zeker zo dat België achterop hinkt ten opzichte van veel andere landen. Als ik uw vraag vertaal in: ben ik tevreden met de huidige stand van zaken in e-commerce, dan is het antwoord: neen, er zijn veel meer opportuniteiten dan we er momenteel in België uithalen. Veel mensen weten wel dat e-commerce bestaat, maar ze hebben er in de praktijk nog niet zelf kennis mee gemaakt of geen ervaring opgedaan met online kopen of verkopen. Mensen die de eerste stap wel gezet hebben, blijven terugkomen, zo leert onze ervaring.

2 Vaak hoor je dat online betaalwijzen een belangrijke drempel vormen.

Grypdonck: Dat zou kunnen, al beschik ik niet over cijfers waaruit zou moeten blijken dat het online betalen nu net hét probleem zou zijn. Kijk, Belgen zijn sowieso vaak sceptisch ten aanzien van nieuwigheden; het komt erop aan dat ze hun drempelvrees overwinnen. Er is geen echte reden om ergens bang voor te zijn. Twintig jaar geleden wisten mensen eerst ook niet goed hoe ze met een Bancontactkaart en een pincode moesten omgaan; is het systeem daarom onveilig? Je moet weten hoe je het moet gebruiken, de juiste informatie krijgen, basisregels in acht nemen en de kans te baat nemen om er enige ervaring mee op te doen.

3 Stoelt e-commerce sterk op netwerken van consumenten onder elkaar?

Grypdonck: eBay is zeker een goed voorbeeld van een 'online community', gegroeid vanuit het onderling handeldrijven van consument tot consument, zelfs van voor de tijd dat de term 'social networking' bestond. Intussen is eBay evenwel eveneens uitgegroeid tot een belangrijk platform voor professionele verkoop. Daarbij gaat het uiteraard om nieuwe producten en niet zozeer om tweedehands verkoop, en wel tegen vaste prijzen en niet zozeer in veilingen. In België maakt het verhandelen tussen consumenten onderling nog wel het grootste deel van de eBay-transacties uit, maar de professionele verkoop stijgt duidelijk aanzienlijk sneller.

4 Waarom zou een bedrijf eigenlijk van het eBay-platform gebruikmaken?

Grypdonck: Er zijn enkele grote voordelen ten opzichte van andere verkoopwijzen. Eerstens is het eBay-platform onmiddellijk gebruiksklaar, zonder dat je als retailer investeringskosten moet doen in technologie of software. Verder heb je niet de moeilijkheid dat je de verkoop-site kenbaar moet maken: in België trekt eBay dagelijks gemiddeld 500 000 bezoekers aan: dat is een enorm publieksbereik, waar je snel en efficiënt toegang toe hebt. Afhankelijk van het product is je bereik zelfs wereldwijd, ook in de buurlanden, de VS en de andere continenten.

5 Is er online veel onderscheid tussen de verschillende productbranches?

Grypdonck: Bij het begin van de verkoop online lag het accent op consumer electronics en computers, omdat het online publiek er een was met een technische bagage en interesse. De laatste jaren is het publiek sterk verruimd: vrouwen kopen nu ook via e-commerce, evenals mensen uit alle leeftijdscategorieën. De snelst groeiende categorieën die vandaag in de lift zitten, zijn dan ook eerder de lifestyleproducten, kleding, decoratie, binnenhuisinrichting...

6 Is de klassieke retail op protectionistische wijze bang van e-commerce?

Grypdonck: Sommige retailers zeker wel, vrees ik. Dat is jammer, want het wijst op een onwetendheid over de extra opportuniteiten die e-commerce hen kan bieden. E-commerce is niet slecht, gevaarlijk of bedreigend; het hoeft geen business weg te halen of te ondermijnen, als je e-commerce als bijkomende kans omarmt. De consument koopt nu eenmaal waar hij de beste deals vindt, en gebruikt daarbij de mogelijkheden die hij ter beschikking heeft. Op het internet vervagen de grenzen bovendien: als mensen geen Belgisch aanbod vinden, dan gaan ze vanzelf naar een buitenlandse aanbieder. Uit recent onderzoek blijkt bovendien dat nieuwe producten, gekocht bij professionele verkopers op eBay, gemiddeld tot 24 % goedkoper zijn, verzendkosten inbegrepen. (jhw)

15de Retaildag - What's new, shopper? Congres op 23 september 2008 in Kinopolis Brussel (Eeuwfeestlaan 20), georganiseerd door de expertgroep Retail. Aanvang: 9 uur. Leden/niet-leden: € 325 / 375 (excl. 21% btw). Informatie en inschrijving via www.retailday.be.

Een uitgave van EMG NV • Gravendreef 9 bus 8
B 9120 Beveren • Tel 03 750 90 20 • Fax 03 750 90 29
E-mail info@emg-edit.be

Hoofredacteur: Stefan Van Rompaey (stefan@retailupdate.be)
Redactiemedewerkers: An De Maere, Jan Verbanck

Verantwoordelijke uitgever: Piet Salens,
Gravendreef 9 bus 8 B-9120 Beveren
Abonnement 45 nummers

201 euro per e-mail (BTW incl.); 221 euro (BTW incl.) voor gedrukte versie. Buitenland enkel per e-mail. Indien u uw abonnement wenst op te zeggen, dient dit 3 maanden vooraf te gebeuren.

Abonnementendienst: Nadine Pharasyn
03 750 90 20 • info@emgedit.be
Opmaak en productie: Nadine Bogaert
Database manager: Véronique Verwilligen
© Editing Media Group • EMG N.V.