

REGAL^{line}

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 2/05, 1. 11. 2005

Nové oddělení v síti Tesco – Dárečkov

Obchodní domy a hypermarkety Tesco uvítaly třetí říjnový týden zákazníky v novém: běžnou nabídku zboží obohatily mikulášské figurky, nákupní uličky byly přizdobeny vánočními zvonky a na prodejní ploše se objevilo nové oddělení, Dárečkov.

„Každým rokem našim zákazníkům představujeme v předvánočním období mnoho novinek a nejenak tomu bude i v letošním roce,“ říká Eva Williams, ředitelka oddělení pro vnitřní a vnější vztahy společnosti Tesco Stores ČR.

Jednou z novinek je městečko Dárečkov, ve kterém zákazníci mohou vybírat dárky pro své blízké. „V Dárečkově zákazníci najdou vše, co při přípravě na vánoční svátky potřebují – dárky pro své blízké, vánoční dekorace i lahůdky na štedrovečerní tabuli,“ doplňuje. Letos představilo Tesco svou vánoční nabídku o pět dní dříve než v loňském roce. Vedle běžného nabídkového letáku bude každé tři týdny vydávat vánoční katalog upozorňující na výhodné cenové nabídky vánočních dávků. Před Vánoci bude Tesco poskytovat zákazníkům poradenství při výběru osvětlení, během vánočních svátků budou zákazníci moci využít rozšířenou otevírací dobu.



Větší tržní podíl, investice a nabídka v dm

Společnost dm-drogerie markt, která je stoprocentní dceřinou společností dm Rakousko, dosáhla v České republice v obchodním roce 2004/2005 obrátu více než 2 mld. Kč, což představuje meziroční nárůst o více než 12 %. Tento nejdéle působící drogistický řetězec na českém trhu – svou první filiálku v Českých Budějovicích otevřel již v roce 1993 – tak zvýšil svůj podíl na hodnotě trhu specializovaných drogerií na 13,4 % oproti loňským 10,7 % (ACNielsen červenec-srpen 2005).



**ZNAJÍ MOJE PŘÁNÍ
PROTO ZDE NAKUPUJI**

V Česku dm drogerie v současné době zaměstnává více než 1000 zaměstnanců. Během uvedeného obchodního roku bylo otevřeno deset nových filiálek a šest stávajících bylo upraveno v rámci nového designu, takže uvedené období ukončila společnost se 110 filiálkami. „Expanze společně s jasným cílem kvality stojí na absolutně prvním místě našeho zájmu,“ říká Gerhard Fischer, jednatel společnosti dm-drogerie markt v České republice. „V ČR investujeme nejen do nových filiálek a do rozvoje naší nabídky v oblasti péče o zdraví a krásu, ale i do kvalitativního rozvoje našich logistických systémů a prodejních míst,“ vysvětluje strategii pro nadcházející obchodní rok. Sortiment produktů v prodejnách dm drogerie byl navíc rozšířen o značku biopotravin Alnatura. Řada výrobků vhodných pro celodenní zdravou výživu pochází z čistě ekologického prostředí bio farem a je nabízena výhradně v prodejnách dm drogerie.

**Nezapomeňte a objednejte si
elektronický newsletter REGAL LINE**

na www.economia.cz/newsletter nebo na pdf.regal@economia.cz

Lepší výsledky a expanze

Obchodní skupina Globus, která provozuje velkoplošné hypermarkety v Německu a České republice, dosáhla v uplynulém obchodním roce (1. července 2004 až 30. června 2005) zvýšení obrátu o 0,7 % na celkových 4,15 mld. euro.

V Česku, kde Globus v současnosti řídí deset hypermarketů s integrovanými velkoplošnými hobby markety, bylo i přes silný nástup konkurence dosaženo zvýšení obrátu o 6,8 %. V obchodním roce 2005 až 2006 se předpokládá otevření hypermarketu v Plzni a plánuje se výstavba dalších s cílem upevnit pozici na českém trhu.

Na plně obrátky běží v současné době podle Thomase Brucha, majitele této obchodní skupiny, přípravy další expanze: „Po velkém úspěchu v České republice by chtěla obchodní skupina Globus využít nabízenou šanci v Rusku, na jednom z nejsilnějších rostoucích trhů. A že se to podaří, o tom jsme přesvědčeni.“

Aldi ve Švýcarsku

Německá obchodní společnost Aldi oznámila, že otevřením svých prvních obchodů dne 27. října vstupuje na švýcarský trh. Tento diskontní řetězec zahajuje provoz čtyř obchodních jednotek v německy mluvící části země. Ohlášeni tohoto kroku následuje po více než ročních avizovaných přípravách.

Soupeřící německý diskontér Lidl má v tomto horském státě v dohledné době také otevřít své obchody. Plánovaný vstup těchto dvou obávaných diskontních rivalů vyvolal vlnu snižování cen a rozšiřování nabídky privátních značek ze strany předních švýcarských retailerů.

Lákavá sedmička

Šest zemí ze střední a východní Evropy a Asie nabízí nejlepší investiční možnosti pro evropské maloobchodní společnosti. Tvrdí to čtvrté vydání studie maloobchodu a trhu spotřebního zboží společnosti PricewaterhouseCoopers nazvaná Z Pekingu do Budapešti: Vítězné značky, vítězné formáty.

Čína, Indie, Vietnam a Turecko zůstávají, podobně jako v loňském roce, nejdůležitějšími cíli investorů. Nově se jimi stávají Rusko, Rumunsko a Bulharsko.

Uplatnit se na těchto tranzitivních trzích je velice náročné. Úspěšné mohou být pouze ty společnosti, které přijdou s novými produkty a formáty, které odrážejí rychle se měnící přání zákazníků v těchto regionech. Hypermarkety, diskontní prodejny a specializované prodejny jsou hlavní formáty dominující maloobchodní scéně v obou regionech.

„Přijetí politiky expanze na jednom nebo více trzích s rostoucím potenciálem je pro evropské maloobchodní společnosti strategickou nutností,“ říká Jacques-Etienne de T'Serc-laes, vedoucí globální skupiny pro maloobchod a spotřební zboží této společnosti. „Aby uspěly na tranzitivních trzích a využily příležitosti, které před nimi leží, musí vzít v úvahu specifické podmínky těchto trhů.“

Nový hypermarket v Táboře

SPAR Česká obchodní společnost otevřela 25. října v Táboře již jedenáctý hypermarket Inter-spar v České republice. Po hypermarketu v Českých Budějovicích se jedná o již druhý Interspar v Jihočeském kraji. V tábořském hypermarketu si zákazníci mohou na prodejní ploše o velikosti 4100 m² vybrat ze širokého sortimentu potravinářského zboží.

„Věřím, že náš široký sortiment čerstvého a vysoce kvalitního ovoce a zeleniny obyvatele Tábora zaujme,“ říká Martin Hruška, generální ředitel společnosti SPAR, provozovatele hypermarketů Interspar. Ve speciální nabídce bude vedle tradičních produktů také široce zastoupeno exotické ovoce a zelenina. Z nabídky čerstvého ovoce a zeleniny navíc připraví odborníci a kuchaři na speciálním baru salát, jaký si zákazník bude přát. Kromě rozšířené sekce čerstvého ovoce a zeleniny je součástí hypermarketu vlastní pekárna, kde pekaři připravují křupavé, voňavé a stále čerstvé pečivo.



Pro Suzuki do Globusu

Od 18. října je možné přímo v hypermarketech Globus koupit osobní vůz Suzuki Swift. Společnost Globus ČR tak navazuje na předchozí úspěšný projekt, v jehož rámci byly v hypermarketech Globus nabízeny a prodávány vozy Dacia Logan.

Stávající prodejní akce, kterou Globus připravil ve spolupráci se společností Suzuki Motor Czech, bude trvat celý měsíc. Poté bude vyhodnocena, případně prodloužena. „Dealeři Suzuki budou během tohoto měsíce nabízet vozy přímo v hypermarketech, a to i se všemi souvisejícími službami. Zákazníci si tak budou moci například objednat zkušební jízdu nebo zajistit financování prostřednictvím úvěru,“ říká k akci Petr Vyháňal, jednatel společnosti Globus.

Letos v dubnu se Globus stal prvním maloobchodním řetězcem, který svým zákazníkům nabídl nákup osobního vozu přímo ve svých prodejnách. Během deseti týdnů bylo tímto způsobem prodáno 66 vozů značky Dacia Logan.

Delta Pekárny míří do Polska

Společnost Delta Pekárny vstoupila prostřednictvím své společnosti Delta Piekarnie Polska výrazně na trh v Polsku, když získala 50% akciový podíl ve varšavské společnosti Nowakowski Piekarnie.



Druhých 50 % akcií odkoupila belgická společnost Vanelor, s níž Delta Pekárny společně vlastní českou firmu Delta Frozen Products. Transakci již odsouhlasil polský antimonopolní úřad. Firma Nowakowski Piekarnie je prostřednictvím své 100% dceřiné společnosti Pieczywo Mrożone jedničkou na polském trhu v segmentu mraženého pečiva. Mražené pečivo, kaiserky a bagety tvoří dvě třetiny obrátu firmy, třetina připadá na čerstvé pečivo, převážně balené. V loňském roce dosáhla polská firma s 280 zaměstnanci obrátu 20 mil. eur.

Nová moderní pekárna s celkem šesti výrobními linkami nabízí dostatek prostoru pro další expanzi. Historie firmy Nowakowski Piekarnie sahá až do roku 1925, zavedenou obchodní značkou je Dobry Polski Chleb.

Komerční agent roku

Společnost Cushman & Wakefield Healey & Baker (C&W/H&B) byla jmenována Evropským komerčním agentem roku (European Commercial Agent of the Year). Slavnostní vyhlášení výsledků soutěže European Property Awards 2005 proběhlo v rámci mezinárodního veletrhu nemovitostí EXPO REAL v polovině října v Mnichově.

Cenu za C&W/H&B převzal Eric van Leuven, partner a ředitel portugalské pobočky C&W/H&B. Finalisty kategorie Komerční agent roku byly kromě C&W/H&B dále AtisReal, CB Richard Ellis, Jones Lang LaSalle a Knight Frank. „Budujeme opravdu celoevropskou firmu již přes třicet let. Je to uznání pro všechny naše lidi, kteří pracují jako jeden tým, nikoliv jako skupina jednotlivců,“ uvádí John Travers, Senior Partner C&W/H&B.

Co-op bez obchodních domů

Britská Co-operative Group plánuje uzavření deseti obchodních domů, čímž začne realizovat plánované opuštění tohoto prodejního kanálu. Společnost ukončí provoz těchto prodejen v únoru příštího roku a hledá kupce pro svých dalších 26 obchodních domů. Toto rozhodnutí je odrazem ústupu obchodních domů před supermarketem, které letos ve Velké Británii dominovaly maloobchodnímu prodeji.

Obchodní zájmy Co-operative Group se nyní zaměřují především na tzv. convenience obchody, i když i v rámci tohoto formátu čelí významné konkurenci, opět ze strany supermarketových řetězců.

Wal-Mart urychlí RFID

Společnost Wal-Mart se chystá urychlit proces zavádění technologie RFID. Podkladem jsou zřetelné výhody, které přináší současný pilotní projekt se stovkou předních dodavatelů tohoto amerického obchodního giganta. Zástupci retailera sdělili, že od ledna 2006 bude používat štítky RFID na svých kartonech a paletách dalších 200 dodavatelských firem. V následujícím roce by je mělo následovat 300 firem.

Wal-Mart plánuje, že do konce příštího roku bude používat tuto technologii 1000 jeho obchodů a distribučních center oproti zhruba 500 na konci tohoto měsíce. Společnost se zároveň pochlubila výsledky studie University of Arkansas, která zjistila, že pilotní RFID obchody vykazovaly o 16 % nižší míru vyprodanosti zboží než prodejny používající systém čárového kódu.



Objednejte si ukázkový výtisk
časopisu **REGAL**

na www.eregal.cz, e-mailem
na predplatne@economia.cz
nebo telefonicky na 800 11 00 22

Šest milionů hektolitrů ročně

Společnost C.S.CARGO, jedna z pěti největších logistických firem v České republice, od října 2005 kompletně zajišťuje primární distribuci výrobků Plzeňského Prazdroje v ČR a export jeho produkce po Evropě. Ročně jde zhruba o 35 tisíc přeprav v celkovém objemu minimálně 6 mil. hl piva a dalších nápojů. V rámci šestiletého kontraktu bude C.S.CARGO přepravovat hotové výrobky v lahvích, plechovkách a sudech z portfolia Plzeňského Prazdroje v Česku (pivovary Plzeň, Velké Popovice, Radeč) i jeho dalších obchodně-distribučních partnerů (víno, lihoviny). V „řeči“ dopravců půjde o výkon asi 300 mil. Kč za rok. „Většina těchto přeprav se odehrává v rámci území České republiky, ale zajišťujeme i zahraniční přepravy pro největšího českého exportéra piva. Ze zahraničních destinací je nejfrekventovanější Německo, produkci Plzeňského Prazdroje dále vozíme především do Velké Británie, Itálie a Francie,“ říká Petr Žejdlík, generální ředitel C.S.CARGO.



Dvoutýdenní test Actimel společnosti Danone

Společnost Danone přišla v říjnu s akcí nazvanou 2týdenní test Actimel. Poprvé se tento test uskutečnil v loňském roce a měl u zájemců úspěch – 85 % zúčastněných, více než 4100 spotřebitelů, bylo s účinky Actimelu spokojeno. Cílem akce je dát možnost zájemcům ověřit si příznivé účinky probiotického mléčného nápoje Actimel na lidský organismus, zejména pak na posílení jeho přirozené obranyschopnosti. Příznivé účinky se při pravidelné konzumaci Actimelu projeví již za dva týdny. V případě, že spotřebitel rozdíl za dva týdny nepozná, společnost Danone garantuje vrácení peněz.

První školicí centrum Lavazza

Společnost Espresso, s.r.o., oficiální zástupce společnosti Lavazza na českém trhu, v Praze otevřela první školicí centrum Lavazza pro baristy. „Chceme vytvořit v srdci Evropy ostrůvek právě



Itálie s jejím přirozeným šarmem a prvotřídní kulturou pití kávy,“ svěřují se zakladatelé a vlastníci společnosti Eva a Ivo Moravcovi. Cílem centra bude naučit barmany správnou přípravu tradičního italského espressa, cappuccina a dalších kávových specialit.

Tato česká společnost oficiálně vznikla v roce 2002. Mezi další značky, které dodává do českých obchodů, patří Dilmah, Faema, Sweet'n Low, Sugar in the Raw a Monbana.

Již tři roky značky ECCO v Praze

Dánská obuvnická společnost ECCO letos oslaví již tři roky působení v České republice. První prodejna byla slavnostně otevřena 5. prosince 2002 v ulici Na Příkopě. Následovaly prodejny v Paláci Flóra a v Metropoli Zlín. V průběhu listopadu přibudou v Praze další dvě prodejny, v Rybné ulici a v připravovaném Nákupním centru Chodov.

„Obuv ECCO osloví především díky bezkonkurenčnímu pohodlí. Obuv koresponduje s aktuálními módními trendy a brzy se přizpůsobí tvaru nohy. Boty jsou vyrobené z vysoce kvalitních a ekologicky nezávadných materiálů. Ale kvalitní materiály a pohodlí nejdou na úkor módy,“ říká Jana Mohňanská, retail manažerka společnosti ECCO Boty ČR.

Personálie

- Agentura Point 2 Point Media získala na pozici marketingového specialisty Markétu Brúnovou, která opustila pozici field marketing specialisty v Ogilvy Promotional Campaigns. Kromě klientského servisu bude mít v P2P odpovědnost za event marketing, sponzoring a personální promotion.

V minulosti měla na starosti mimo jiné klienty Ford, T-Mobile, Český Telecom, Olympus, Česká pojišťovna nebo L'Oréal.

- Novým ředitelem pro rozvoj obchodu (business development director) společnosti Johnson & Johnson se stal Aleš Martinovský.

- Do funkce generálního ředitele obchodní služby pro Českou republiku a členem výkonné rady ING Retail ČR/SR byl jmenován Dalibor Šajar, který doposud zastával pozici obchodního ředitele obchodní služby ING ČR. Před příchodem do ING pracoval v různých manažerských finančních a obchodních pozicích u společnosti Kimberley-Clark. Manažerem pro marketing a komunikaci společnosti ING pro Českou republiku se stal Marcel Toman. Zkušenosti v oblasti marketingu a marketingové komunikace získal během působení u společností Leo Burnett Advertising, Aliatel, Český Telecom a Oskar Mobil.

- Šéfem nově vzniklé agentury Mather Activation, která patří do komunikační skupiny Mather, se stal Marek Tesař. V posledních pěti letech pracoval na pozici field marketing director ve společnosti Ogilvy Promotional Campaigns, kde byl se svým týmem zodpovědný za péči o klienty, jako například T-Mobile, Vitana, Český Telecom nebo Ford.

Tým agentury posílily rovněž Iva Welker na pozici account director, která přichází z reklamní agentury BI Praha/Red Cell, a Petra Polachová, senior field marketing specialist. Předtím působila rovněž v Ogilvy Promotional Campaigns.

- Společnost Cyrrus, obchodníka s cennými papíry, posílila Mojmiru Pekárková, která bude zastávat pozici marketingové manažerky. Dříve pracovala několik let jako marketingová manažerka pro Koryna nábytek.

- Historicky prvním prezidentem asociace CzechMed, sdružující dodavatele zdravotnických prostředků, se stal Tomáš Vican.

V asociaci pracuje od jejího vzniku a do loňského roku vedl pracovní skupinu legislativy a harmonizace s EU. Na tuto pozici přichází ze společnosti Hartmann-Rico, kde působil devět let ve funkci ředitele medikálního obchodu a marketingu pro východní Evropu.