

REGAL *line*

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 6/05, 29. 11. 2005

Edeka je na odchodu z České republiky?

Podle nedávných zpráv z různých zdrojů chce německý obchodní řetězec Edeka odejít z České republiky a již připravuje prodej 38 tuzemských obchodů. Šlo by tak v krátké době už o třetí obchodní řetězec, který se rozhodl opustit český trh.

Nedávno Julius Meinl prodal 56 svých prodejen společnosti Ahold Czech Republic a řetězec Carrefour se dohodl na prodeji 15 obchodů v ČR a na Slovensku společnosti Tesco Stores ČR.

Společnost CS Edeka, která je součástí německé obchodní skupiny Edeka, vstoupila na tuzemský trh v roce 1992. Tržby tohoto obchodního řetězce v ČR loni činily 1,63 mld. Kč a byly na zhruba stejné úrovni jako o rok dříve. V loňském roce firmě CS Edeka na žebříčku padesáti největších tuzemských obchodníků patřila 32. příčka.

Centrála této obchodní skupiny zatím popírá rozhodnutí o prodeji nejenom českých, ale i polských, rakouských a dánských obchodů. Přípouští, že situaci v ČR hodnotí a rozhodnutí zatím nepadlo. „Ukončení zahraničních aktivit důrazně popíráme,“ říká mluvčí skupiny Marliese Kalthoffová. Podle jejího vyjádření řetězec zatím jen zvažuje možnost stáhnout se z Česka. „Kvůli vysoké konkurenci na tamním trhu už nemůžeme dosáhnout dalšího růstu,“ připouští.

Zdeněk Skála z Incoma Research ale považuje celou záležitost za víceméně jednoznačnou: „Důvodem odchodu maloobchodního řetězce Edeka z českého trhu je podle mého názoru nenaplnění expanzních plánů. Na dosažení podstatnějšího tržního podílu by musela vynaložit poměrně vysoké investice. Tato cesta by nebyla efektivní. Myslím si, že celá síť prodejen nebude prodána případným zájemcům najednou. Část snad ano, zbytek spíše jednotlivě.“

Brave mění majitele

Společnost BGS Retail, člen holdingu BGS Levi Group a dceřiná firma společnosti Levi International, odkoupila v uplynulých dnech značku Brave od společnosti AAC Czech. Tato značka je podle statistik časopisu Reseller Magazine nejsilnější značkou počítačů v České republice podle množství prodaných počítačů. V loňském roce se jich u nás pod touto značkou prodalo 34 tisíc kusů. Česko-slovenský holding BGS Levi Group je s obratem téměř 9 mld. Kč v roce 2004 jedním ze dvou největších IT distributorů na česko-slovenském trhu. „Koupě značky Brave je dalším krokem k naplnění strategie holdingu BGS Levi Group, kterou je získání vedoucí pozice na česko-slovenském trhu v IT distribuci,“ říká Ludvík Šebík, člen představenstva BGS Levi Group a výkonný ředitel společnosti Levi International.

Z lyžařských svahů na módní mola

Společnost Rossignol, známá jako výrobce sportovního vybavení pro zimní sporty, se rozhodla rozšířit své působení a míří se svou letošní kolekcí na módní scénu. Zimní kolekce se skládá z několika řad pro ženy i muže různého věku – třeba linie Scratch je určena pro teenagery nebo Fun Girl pro mladé dívky. Pro dámy byly vytvořeny řady For Women i Diva, muži si vyberou z linií Comp nebo Bandit. Rossignol tak nabízí všechno – od lyží a snowboardů přes bundy, kabelky a peněženky až po pásky a klíčenky.

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

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

Film útočí na Wal-Mart

Devadesátiminutový film režiséra Roberta Greenwalda *Wal-Mart: The High-Cost of Low Price* útočí na obří retailový řetězec. Jeho cílem je podle tvůrce pomoci lidem opustit svou závislost na nakupování. S distribucí pomáhá církev, film byl promítán na církevní univerzitě First Unitarian i v kostelech. „Cílem kampaně je reformovat, nikoliv ničit,“ pronesl církevní představitel Michael Greenman při uvedení. Dílo ukazuje osudy lidí, kterých se existence Wal-Martu dotýká – drobných obchodníků, aktivistů i zaměstnanců, kteří pracují 14 hodin denně. Obchodní řetězec je zde obviněn mj. z neduhů globalizace či z poškozování životního prostředí.

PepsiCo kupuje

Společnost PepsiCo oznámila, že se dohodla na základních podmínkách smlouvy o odkoupení evropské divize společnosti Sara Lee Corporation, která se zabývá obchodováním s ořechy v Nizozemsku, Belgii a Francii. Cena této transakce, která rozšíří portfolio společnosti PepsiCo na evropském trhu s pochutinami, by měla být 130 mil. eur. Konkrétně jde o prodej obchodní značky Duyvis v Nizozemsku a Belgii a značky Benenuts ve Francii, které patří k předním jménům v oblasti prodeje ořechů. Většinu výrobků, které se prodávají pod těmito značkami, představují pražené a obalované burské oříšky, dále pak různé směsi, vzácné ořechy a extrudované výrobky.

Úspěch v Mnichově

Značka Radegast se s úspěchem zapojila do prestižní mezinárodní pивní soutěže The Brewing Industry International Awards 2005, které se zúčastnilo 752 značek piv z více než 43 zemí. Ve světové konkurenci byl Radegast Birell úspěšný v kategorii nealkoholických a nízkoalkoholických piv: Porotci jej ocenili stříbrnou medailí. Radegast Birell získal ocenění letos již potřetí a celkem se značka Radegast pyšní osmi cenami ze čtyř pивních soutěží za letošní rok. Soutěž se poprvé po 119 letech konala mimo domovské anglické město Burton-upon-Trent, centrum britského pivovarnictví. Odehrála se v Mnichově, v rámci výstavy technologie pro nápojařský průmysl.

Advent s nadějemi

Období adventu považují němečtí maloobchodníci za dobrý start před Vánocemi. V minulých měsících se totiž ochota k nákupu u zákazníků spíše zbrzdila. Podle Spolku německých maloobchodníků by byl s ohledem na trvalý propad nákupů úspěch, kdyby se obrat dostal na úroveň loňského adventu. V listopadu a prosinci loňského roku dosáhly obchody celkového obratu 68,1 mld. eur. To byl v pořadí už třetí pokles. V posledních dvou měsících roku dosáhl obchod vždy necelou pětinu ročního obratu.

Náporu zákazníků, který se očekává první adventní víkend, se německé obchody rozhodly odolat povoláním 125 tisíc výpomocných sil. V téměř dvou stovkách měst směji mít obchody v první adventní neděli otevřeno.

Řízení financí na světové úrovni

Koncem listopadu bylo slavnostně představeno logo klubu finančních ředitelů „CFO Club“ a spuštěny webové stránky www.cfoclub.cz. Cílem fungování neformálního sdružení finančních ředitelů a odborníků na finanční řízení je výměna znalostí a vědomostí o nejlepších postupech finančního managementu v České a Slovenské republice a využití zahraničních zkušeností pro zvýšení výkonnosti a kvality finančních procesů. Členové klubu finančních ředitelů budou moci pomocí webových stránek sdílet výsledky mezinárodních průzkumů a nejlepší praxe v oblasti finančního řízení. CFO Club bude rovněž pořádat řadu odborných akcí na aktuální témata finančních ředitelů formou odborných workshopů, jednou ročně se uskuteční dvoudenní výroční konference, bude udělena výroční cena „Finanční ředitel roku“ za dosažení významných změn a zvýšení výkonnosti finančních procesů.

Značka Cherokee exkluzivně pro Tesco

Dne 23. listopadu byla na velké módní show v pražském Veletržním paláci poprvé představena americká módní značka Cherokee. Trendové volnočasové a streetwearové oblečení zaútočilo po úspěchu ve Velké Británii, která byla jedinou zemí, kde se doposud prodávalo, i na český trh.

Značkové oblečení Cherokee, které si klade za cíl obléci zákazníky v duchu moderních trendů a současně jim poskytnout uspokojení z výhodné koupě, bude k dostání od 6. února 2006 exkluzivně v síti obchodů Tesco.



Nákupy na splátky bez navýšení

Aliance hele, která sdružuje více než 250 nezávislých elektroprodejen v České republice, očekává během předvánočního období 30% až 40% nárůst počtu kusů prodaného zboží. Předpokládá se, že největší zájem bude letos o televizory s většími úhlopříčkami, zejména s plazmovou a LCD obrazovkou. Zákazníci mohou využít nabídku nákupu na splátky s Home Creditem bez navýšení a s nulovou akontací. Během loňského posledního čtvrtletí se v prodejnách hele prodalo bezmála 14 500 kusů nejrůznějších domácích elektrospotřebičů. Domácnosti vloni nakupovaly dárky v předstihu, nejsilnějším měsícem byl listopad, kdy se prodalo 7400 kusů zboží, a letošní první listopadové dny nasvědčují, že tomu tak bude i letos: „Odhadujeme, že v listopadu v našich prodejnách prodáme přibližně 11 tisíc kusů zboží,“ doplňuje Peter Bojnanský, ředitel Aliance hele.

Planeta dárků

Společnost Carrefour Česká republika zahájila ve všech svých hypermarketech prodej zboží na letošní Vánoce. Svě zákazníci se letos rozhodla potěšit spojením široké nabídky zboží a nízkých cen. Vánoční nákupy na „Planetě dárků“ v Carrefouru by tak měly být atraktivní pro každého. „Velkému zájmu se letos těší hračky, které děti znají z televize, ať již z reklam nebo z různých pořadů,“ říká Jana Havlíčková, tisková mluvčí společnosti Carrefour Česká republika. „Pro letošní Vánoce jsme také rozšířili nabídku tzv. chytrých hraček, díky kterým mohou zejména mladší děti rozvíjet své motorické schopnosti, paměť, znalosti či slovní zásobu zábavnou formou.“ Aktuální katalog „Planety dárků“ je na www.carrefour.cz.

JUBILEJNÍ LEŽÁK – nové pivo z Královského pivovaru Krušovice

Královský pivovar Krušovice oslaví v příštím roce 425 let od svého založení v roce 1581. K této příležitosti uvařil nové pivo JUBILEJNÍ LEŽÁK. Od listopadu 2005 je dodáván na maloobchodní trh.

Typ výrobku: **světlý ležák** • Charakter: **extra hořký** • Obsah alkoholu: **4,7 %** • Balení: **KEG 50 a 30 l, vratné lahve 0,5 l v přepravkách, fourpack 4x 0,5l NRW**

Jubilejní ležák je extra hořký ležák vyráběný podle historických receptur krušovických sládků. Je typický příjemnou, dlouho dozrívající hořkostí, jantarovou barvou a plnou sladovou chutí.

Kontakty: *Královský pivovar Krušovice, a.s., 270 53 KRUŠOVICE
tel.: 313 569 209, 313 569 260, fax: 313 569 400
e-mail: obchodni@krusovice.cz, web: www.krusovice.cz*



Vlastní značky jako alternativa

Nákupy v německých plnosortimentních obchodech, jako je Edeka, Real nebo Wal-Mart, nemusí být bezpodmínečně dražší než v diskontech. Podle nedávné německé studie existují způsoby, jak může obchodník lépe prodat svou nabídku. Stačí když zákazníci sáhnou po zboží vlastní značky daného maloobchodního řetězce. Takové zboží v obchodě s plným sortimentem vytváří dobrou alternativu k nabídce diskontů: namátkový výběr vzorku několika druhů zboží ukázal, že mezi značkami z různých obchodů nebyl žádný cenový rozdíl. Studie vytyčila čtyři základní faktory, které umožní zvýšit efektivitu „alternativního“ segmentu zboží: šířka a hloubka sortimentu (zesílit takovou nabídku, kde mohou zákazníci klást důraz na výhodné produkty), vybavení každého druhu zboží (alternativní velikosti balení a další obměny, aby zbytkový sortiment netrpěl kanibalizací), stavba skupin zboží (rozmístění produktů na dobrý – lepší – nejlepší musí být pro zákazníky naprosto rozpoznatelné) a komunikace ceny (podle hesla „My nabízíme všechno z jedné ruky“ jako vymezení se vůči diskontům).

Personálie

- Hana Štěpánová bude od 1. prosince obchodní ředitelkou Expresradia a rádia Classic FM, které vlastní Mafra Media. Od května letošního roku pracovala v mediální skupině Maфра jako key account manažerka pro mediální agentury.
- Do dočasně neobsazené funkce ředitele ekonomického úseku logistiky firmy Schenker byla jmenována Bohdana Mottlová. Do firmy přichází ze společnosti IRE-TEX, kde zastávala obdobnou funkci.
- Getronics (Czech Republic) posílil své řady o nového obchodního ředitele. Dalibor Tatýrek, který bude tuto funkci zastávat, doposud pracoval v E.ON IS Czech Republic jako key account manažer především na mezinárodních korporátních projektech. Předtím působil v IDS Scheer a Pragodata jako business development manažer.

Objednejte si
ukázkový výtisk
časopisu
REGAL

www.eregal.cz
predplatne@economia.cz
tel. 800 11 00 22

Elektronická příloha časopisu Regal. Vychází jednou týdně. Registrován pod ISSN 1801-4976. Kontakt: Regal, Economia, a.s., Dobrovského 25, 170 55 Praha 7; Radana Čechová, šéfredaktorka, tel.: 233 073 152, fax: 233 072 021, <http://www.eregal.cz>, regal@economia.cz; Magda Etzlerová, inzertní manažerka časopisu, tel.: 233 073 170, fax: 233 072 730, magda.etzlerova@economia.cz. © Všechna práva vyhrazena. Bez předchozího písemného souhlasu vydavatelství Economia, a.s., je zakázána jakákoliv další publikace, přetištění nebo distribuce (tištěnou i elektronickou formou) jakéhokoli materiálu nebo části materiálu zveřejněného v tomto PDF servisu. Společnost Economia, a.s., využívá agenturní zpravodajství ČTK, která si vyhrazuje veškerá práva. Publikování nebo šíření obsahu ze zdrojů ČTK je výslovně zakázáno bez předchozího písemného souhlasu ze strany ČTK.