REGAL line
elektronický newsletter měsíčníku Regal č. 11/06, 21. 3. 2006

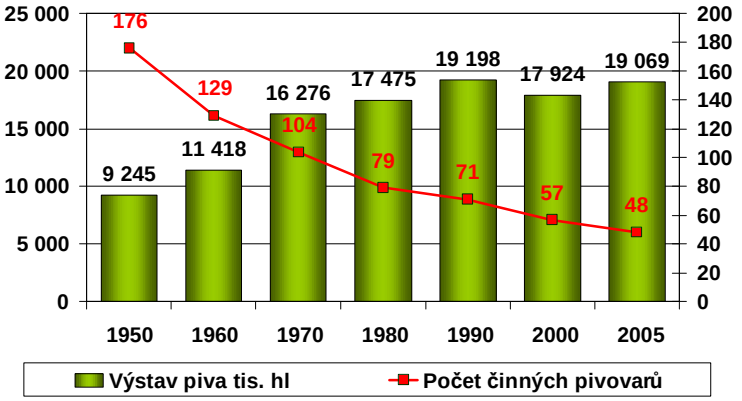
Rekordní výstav a export českého piva

České pivovary vloni vyprodukovaly v dosavadní historii samostatné České republiky rekordní výstav piva 19 069 451 hl, což je o 1,7 % více než v roce předchozím. Nejvýraznější podíl přitom měl export – poprvé překonal úroveň 3 mil. hl (3 099 399 hl s meziročním nárůstem o 17,5 %). Na celkovém výstavu se podílí již více než 16 %. Produkce pro tuzemsko dosáhla objemu 15 970 tisíc hl, o 145 tisíc hl méně než v roce 2004 (pokles o 0,9 %). Spotřeba na jednoho obyvatele tak činila 156,5 l (v roce 2004 to bylo 157,9 l).

I když se silná trojka mezi českými pivovarskými skupinami ve srovnání s předchozími léty nezměnila a tvoří ji stále Plzeňský Prazdroj, Pivovary Staropramen a Budějovický Budvar, jejich odstup od ostatních významných pivovarských skupin (podle objemu výstavu: Drinks Union, PMS Přerov, Královský pivovar Krušovice a Starobrno), se snižuje spolu s tím, jak roste podíl středních a především malých pivovarů na celkovém výstavu piva v ČR.

V roce 2005 u nás pivo vařilo 38 společností ve 47 průmyslových pivovarech a více než 30 restauračních minipivovarů, jejichž počet postupně roste.

Vývoj produkce českého pivovarnictví v porovnání s počtem činných pivovarů



Zdroj: PORT, spol. s r.o., pro SČSP

Nejvíce piva se stáčí do lahví (47,3 %) a do sudů (46,1 %). Nejvíce se vyprodukovalo výčepního piva, a to 11,396 mil. hl, což je 59,8 % (v roce 2004 to bylo 61,3 %), dále ležáků – 6,827 mil. hl s 35,8% podílem (34,4 % v roce 2004). Nejrychleji rostoucí, i když zatím málo významný segment je nealkoholické pivo, jehož výstav neustále roste a dosáhl v roce 2005 objemu 239 tisíc hl, což je už více než 1,25 %. Speciálních piv bylo vyrobeno 202 tisíc hl, což představuje 1,05 % produkce piv v ČR. Také tento segment postupně nabírá na důležitosti.

Na českém pivním trhu se v současnosti nabízí více než 470 piv. I když pivovary a mikropivovary vyrábějí z 99,5 % piva, která patří svým charakterem k jedinému typu piva – spodně kvašenému ležáku plzeňského typu (pivo českého typu), je mezi nimi i více než 80 značek piv, která lze charakterizovat jako pivní speciály.

Zákon o hospodářské soutěži odsouhlasen

Dne 15. 3. odsouhlasil Parlament ČR v posledním kole hlasování novelu zákona o hospodářské soutěži. Jeho cílem je omezení síly obchodních řetězců při jednáních s menšími výrobci, velkým obchodníkům například zakazuje přijmout zboží za cenu, která je nižší než náklady dodavatele zvýšené o přiměřenou míru zisku. Obchodníkům také určuje, že když se budou chtít s některým výrobcem rozloučit, musí nechat jeho zboží na pultech ještě minimálně půl roku.

V Senátu čeká na projednání návrh na výrazné zvýšení pokut. Pokud budou velké obchody například prodávat zboží s prošlou lhůtou, nebo dokonce zkažené, budou jim moci kontroloři naúčto-

(Pokračování na stránce 2)

Další ze série **odborných konferencí** RETAIL IN DETAIL podporujících úspěšné podnikání na maloobchodním trhu, tentokrát na atraktivní téma **EFFICIENT PROMOTIONS**, připravuje poradenská firma **INCOMA Consult**. Tato odborná událost se uskuteční **22. 3. 2006 v** konferenčních prostorách **andel´s hotelu Praha.** Podrobné informace včetně on-line přihlášky a možnosti propagace jsou k dispozici na www.retail21.cz/retailindetail/efficient_promotions.

V 3. ČÍSLE MĚSÍČNÍKU REGAL MIMO JINÉ NAJDETE:

- Letáky a promotion efektivně
- Makro odřízne menší zákazníky
- Co máte vědět o čerstvém zboží
- Morrison: V retailu buďte kreativní!

3. číslo vychází 22. 3.
Objednávky předplatného na www.eregal.cz nebo na predplatne@economia.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Realitní investoři čekají úspěšný rok

Investoři do evropských nemovitostí jsou přesvědčeni, že v roce 2006 lze dosáhnout v tomto odvětví dobrých výnosů. Vyplývá to ze studie Evropské nemovitosti: Trendy v roce 2006 vydávané společností PricewaterhouseCoopers a Urban Land Institutem (ULI). Vyhlídky na investování do nemovitostí i majetku jsou letos příznivé, a to především v důsledku přebytku kapitálu, který i nadále působí na trhy pozitivně.

Paříž zůstává z hlediska celkových investičních výnosů nejjistějším realitním trhem z 27 sledovaných měst. Druhé místo obsadil Londýn, k čemuž přispěla především nízká rizika a očekávané celkové výnosy. Praha a Budapešť, které se umístily uprostřed všech hodnocených měst, by měly být vhodné pro nákup maloobchodních prostor. Glen Lonie, partner z oddělení Daňových a právních služeb společnosti PricewaterhouseCoopers v ČR dodává: „Nákupní střediska a obchodní zóny jsou považovány za nemovitosti s nejlepší perspektivou výkonnosti ze všech oblastí. Existují ale obavy z nárůstu nájemného, výhledů rozvoje výstavby a nedostatečných výdajů zákazníků. Ze všech druhů nemovitostí mají největší perspektivu obchodní zóny."

Mezinárodní agentura roku 2005

Publikace Holmes Report jmenovala Mezinárodní agenturou roku 2005 společnost Fleishman-Hillard, když ocenila zejména posílení firmy v Evropě a Asii. Tato prestižní publikace vyhlašuje každoročně nejlepší firmy v oboru public relations v několika kategoriích, podle kritérií, jako jsou výkonnost firmy a jejích lokálních poboček, úspěšnost při získávání nových zákazníků, kreativita nebo inovativnost.

Fleishman-Hillard neustále posiluje svou globální působnost a díky tomu je dnes public relations agenturou s největším počtem plně vlastněných poboček na světě. Růst společnosti v Evropě, Asii nebo Jižní Americe již předstihl růst na domovském trhu v USA při zachování konzistentně vysoké kvality služeb na všech trzích.

(Pokračování ze stránky 1)

vat pokutu až 50 mil. Kč proti současným 3 mil. Kč. Součástí tohoto zákona je i požadavek, aby písmenka na všech výrobcích byla větší než 2 mm. To by prakticky znamenalo změnu všech obalů u výrobků prodávaných na českém trhu.

Black na Václavském náměstí

Zajímavý příklad kampaně na podporu produktu, v tomto případě videohry pro PlayStation 2, mohou spatřit Pražané na Václavském náměstí. Akční střílečka Black, jedna z nejnovějších her z dílny Electronic Arts, ve které za sebou hráči zanechávají spoušť jako tornádo, se připomíná velkoformátovým bannerem na paláci U Stýblů na Václavském náměstí. Součástí probíhající kampaně ke hře Black je také mediální podpora, kterou realizují agentury PR Point a Mediacom.

Kika otevře druhý obchodní dům v Praze - Letňanech

Již druhý obchodní dům s nábytkem otevře rakouská Kika 31. března v Praze - Letňanech. Slavnostní otevření a s ním spojenou sérii aktivit bude zajišťovat agentura Promotion Factory ČR. Akce pro zákazníky budou probíhat během dvou po sobě jdoucích víkendů, a to paralelně v novém obchodním domě v Letňanech i v loňském roce otevřené prodejně v obchodní zóně Průhonice. Kromě těchto akcí se bude Promotion Factory ČR podílet i na kompletním zajištění VIP eventu a akce pro zaměstnance. Skupina Kika/Leiner je s padesáti obchody vedoucím představitelem na rakouském trhu nábytku a bytových doplňků. V poslední době expandovala Kika se svým prodejním konceptem i do sousedního Maďarska (tři pobočky) a od roku 2005 i do ČR.

S Remalem do ligy

Heslem S Remalem do ligy reagoval prezident klubu Bohemians 1905 na podpis sponzorské smlouvy. Společnost Barvy a laky Hostivař totiž podepsala zatím jednoletou smlouvu s fotbalovým klubem Bohemians 1905. Jeho hráči nyní vyběhnou na hřiště v tradičních zelenobílých dresech, na prsou s reklamou v podobě žlutého oválu s nápisem Na malování je Remal. Předseda představenstva společnosti Dariusz Jakubowicz dodává: „Máme s Bohemkou mnoho společného. V roce 1997 prošla naše společnost velkou krizí, upadla v zapomnění a téměř ukončila svoji činnost. Po majetkových změnách se nám z ní podařilo vybudovat největší firmu v Česku. Další spojitost je v produktu Remal. Je to starý známý výrobek v úplně novém složení, podobně jako Bohemka.“

Ariba rozšiřuje služby v Praze

Společnost Ariba, poskytovatel řešení v oblasti řízení nákladů, rozšířila svou nabídku v tomto oboru v Praze, kde poskytuje tyto služby od roku 2004. Rozšířením nabídky služeb o služby v oblasti řízení nákladů a poskytování informací o jednotlivých komoditách firma Ariba reaguje na zvýšenou poptávku po těchto službách v celém regionu. „Tím, že jsme rozšířili naši nabídku služeb v Praze, můžeme pomoci rostoucímu počtu společností využít potenciál komplexních a rychle rostoucích trhů, snížit náklady a pomoci jim získat trvale udržitelné konkurenční výhody,“ upřesňuje Přemysl Pela, výkonný ředitel společnosti Ariba pro Evropu, Střední východ a Afriku z pobočky Ariba Global Operations v Praze.

Naplánujte si koupelnu

Společnost Siko koupelny, která provozuje specializovanou síť 20 prodejen v oboru vybavení koupelen, začala na www.siko.cz poskytovat možnost přenesení představy o podobě koupelny na papír. Pod nabídkou Naplánujte si koupelnu lze nalézt funkci, která po zadání základních rozměrů vytvoří plánek koupelny, na který pak je možné umisťovat její vybavení. Na výběr tu jsou všechny typy van, umyvadel, záchodových mís, stejně jako různé typy koupelnového nábytku a dalšího zařízení. Po vytištění návrhu získá zákazník skutečný výkres koupelny, nad kterým je možné diskutovat s odborníkem nebo na jeho základě rovnou stavbu či rekonstrukci koupelny zahájit.

Henkel v F1 a rallye Paříž Dakar

Společnost Henkel spolupracuje s motoristickým sportem na celém světě. Její logo se objevuje na zadním spojleru závodních vozů stáje McLaren Mercedes 004, které dodává jako oficiální dodavatel řadu výrobků.

Na slavnou 10 tisíc km dlouhou dakarskou rallye, která vede náročným pouštním terénem, Henkel zase každému týmu poskytl základní nouzovou mechanickou sadu obsahující řadu lepidel, těsnicích hmot, čisticích prostředků a lepicích pásek. Loctite a Teroson, značkové výrobky společnosti Henkel, se i letos staly partnery automobilových závodů.

Různé pohledy na nedělní prodej

Polská konfederace zaměstnavatelů Leviatan pověřila společnost Pentor, aby prozkoumala postoje polských obyvatel k obchodu z hlediska spotřebitelů i místních úřadů. Názory na nedělní prodej se výrazně lišily, ale s větším příklonem ve prospěch nakupování v sedmém dnu v týdnu. Tuto možnost rozhodně odmítá 23 % dotazovaných, rozhodně ji akceptuje 24 %, celých 30 % respondentů ji spíše akceptuje a 18 % ji spíše odmítá. Největší odpor vůči této vymoženosti vyjadřují starší občané a lidé ve středním věku se středoškolským vzděláním. Největší podporu má u lidí z měst do 50 tisíc obyvatel a ve Varšavě. V neděli nikdy nechodí nakupovat 39 % a zřídkakdy se za nákupy vydá 45 % dotazovaných.

Posílení pozice v RTD nápojích

Společnost Starbucks uvedla na americký trh nový RTD kávový nápoj Starbucks Iced Coffee, a to prostřednictvím tzv. Severoamerického kávového partnerství, společného podniku s firmou Pepsi-Cola. V rámci RTD kávové kategorie tak vytváří nový segment kávových osvěžujících nápojů. Starbucks Iced Coffee je v prodeji ve všech obchodech Starbucks v USA od března, v prodejnách s potravinami a s konvenience produkty se budou nabízet všechny varianty nápoje od května.

Dalších 1500 prodejen

John Menzer, odpovědný za obchody řetězce Wal-Mart v jeho mateřské zemi, má plány na otevření nových 1500 prodejen k současným zhruba 3200 prodejnám. Zatímco v minulém roce stoupl počet obchodů o 341 objektů, na tento rok se pouze v USA počítá s otevřením nových 335 až 370 obchodů. Mělo by jít především o obchodní formáty diskontů, supercenter nebo tzv. neighbourhood marketů. Menzer se však ještě přesně nevyjádřil, dokdy má plánovaných 1500 obchodů vzniknout.

Objednejte si zdarma elektronický newsletter REGAL LINE

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

Nová básnická soutěž pro děti

Padesát malých básníků získá za nejoriginálnější verše o lepidlech Pritt Go sadu s mobilním telefonem Siemens A57. Tentokrát je soutěž s lepicími tyčinkami Pritt od společnosti Henkel ČR určena jednotlivcům, ne školám. Vyhrát může každý, pokud včas doručí zásilku obsahující básničku o lepidlech Pritt napsanou v obrázku mobilního telefonu vytvořeném na papíře, účtenku o zakoupení tyčinky Pritt a informace o sobě, případně i o rodičích. Soutěž trvá od 1. 3. do 31. 3. 2006. Padesát vítězů pak vybere odborná porota za účasti notáře. Více informací o soutěži je možné nalézt na www.lepeni.cz a www.pritt.cz.

Dařilo se prodejcům oblečení a obuvi

Tržby maloobchodníkům vzrostly v lednu oproti stejnému období minulého roku o 6,2 %. David Navrátil (Ekonomické a strategické analýzy, Česká spořitelna) odhaluje zdroj růstu: „Nejrychleji rostly tržby za oblečení a obuv. Leden s sebou přinesl jako každý rok výprodeje a výrazné slevy oblečení – v lednu ceny oblečení poklesly o 2,4 % oproti lednu roku 2005 – a lidé zároveň přesunují vánoční nákupy oblečení až na období slev, kdy je to pro ně výhodnější.

Proto tržby v prosinci vzrostly jen o 2,1 %. Jinak řečeno, lidé sice v lednu nakoupili více oblečení, ale na úkor předvánočního období. Navíc, k nelibosti obchodníků, byl reálný růst sice 6,4 %, ale díky nákupům za levnější ceny vzrostly nominální tržby ‚jen' o 5,2 %." Letos očekává, že tržby vzrostou reálně mírně nad 3 %.

Vyšší obrat a počet přeprav

Logistická společnost C.S. CARGO dosáhla v roce 2005 významného růstu. Zvýšila konsolidovaný obrat z předloňských 1,5 mld. Kč na 2,1 mld. Kč a dosáhla nárůstu počtu přeprav ze 108 111 na 191 169. Firma zvětšila kapacitu vlastních skladovacích prostor z 15,5 tisíce m^2 na 37 tisíc m^2 a získala řadu nových zákazníků, například Plzeňský Prazdroj.

„Úkolem vedení firmy je expanze v regionu střední a východní Evropy a rozvoj dalších logistických služeb včetně skladování. Jako první z cílových zemí další expanze jsme zvolili Slovenskou republiku, kde jsme loni získali dva významné zákazníky – Tesco Slovensko a Matador Púchov," říká Petr Žejdlík, generální ředitel C.S. CARGO.

SIG opět roste

SIG, již několikanásobně reorganizovaný švýcarský koncern vyrábějící nápojové obaly, si poprvé po dvou letech zapsal loňskou bilanci v černých číslech. Čistý zisk činil 47 mil. eur, oproti ztrátě 166 mil. eur za minulý rok. Obrat se propadl o 14 % na 1,45 mld. eur.

Personálie

● Pivovarnická skupina Drinks Union oznámila personální změnu ve vedení. Ve funkci generálního ředitele vystřídal Milana Hagana místopředseda představenstva Jaroslav Lstibůrek. Milan Hagan zůstává předsedou představenstva. Z funkce ředitele marketingu byl odvolán Jiří Štesl. V úseku marketingu a exportu piva jej nahradí Petr Herynek, vedením úseku tuzemského prodeje piva byl pověřen Jiří Čulík.

● Finlandia Vodka má od 1. ledna 2006 nového brand manažera. Robert Janča má na starosti především upevnění získané pozice Finlandia Vodky na českém a slovenském trhu. Hodlá se zabývat všemi důležitými oblastmi marketingu a prodeje. Začínal jako junior marketing manažer a na pozici brand manažera v oblasti nápojů měl možnost pracovat ve společnosti Kofola, kde pět let působil.

● Logistická společnost C.S. CARGO vytvořila novou holdingovou strukturu – vznikla společnost C.S. CARGO Holding N.V. se stoprocentně vlastněnými dceřinými společnostmi: C.S. CARGO, a.s. (působí v ČR), C.S. CARGO, s.r.o. (působí na Slovensku) a C.S. CARGO Ltd. (pobočka v Rusku). Do funkce ředitele C.S. CARGO operující v České republice byl na začátku března 2006 jmenován Jan Šmídek s dlouholetými zkušenostmi z oblasti dopravy a logistiky, který dosud působil jako ředitel logistického centra C.S. CARGO v Liberci. Petr Žejdlík nadále působí na pozici generálního ředitele skupiny C.S. CARGO, nově však z postu ředitele C.S. CARGO Holding, a zodpovídá za chod celé skupiny C.S. CARGO.

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 jakákoli 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.