

# REGAL line

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 17/06, 2. 5. 2006

## Tesco: vyšší obrat, více zákazníků, trvale nízké ceny

Společnost Tesco ČR potvrdila v loňském roce pokračující růst na českém trhu s navýšením ročního obratu o 12 % na celkových 20,451 mld. Kč bez DPH. Reálný růst činí potom 2 %. Rozvoj firmy byl iniciován investicemi do snižování cen ve výši 1,2 mld. Kč, které obchodům Tesco přinesly o 200 tisíc platících zákazníků týdně více než v předchozím roce. Průměrná návštěvnost obchodů Tesco v ČR tak v současné době činí přes 1,5 milionu zákazníků týdně. Snižování cen zajišťuje oblíbený program Nejnižší ceny ve městě, který nyní zahrnuje 50 nejoblíbenějších výrobků každodenní spotřeby.

„Navíc jsme otevřeli náš vůbec první supermarket a zákazníkům jsme představili novou službu ve formě čerpacích stanic. Naše snahy vycházet zákazníkům vstříc a učinit jejich nákupy pohodlnějšími se setkaly s velkým ohlasem,“ dodává Phil J. Clarke, generální ředitel Tesco Stores ČR.

Společnost Tesco v minulém roce otevřela 10 nových obchodů. Nejmenší z nich se nachází v Mikulově, velikost jeho prodejní plochy je pouhých 1000 m<sup>2</sup>. Jde o vůbec první supermarket Tesco ve střední Evropě. Další devět nově otevřených obchodů se již řadí do kategorie hypermarketů s prodejní plochou od 3000 do 8000 m<sup>2</sup>. Letos se plánuje otevření dalších osmi nových hypermarketů. Letošní plán navíc zahrnuje výstavbu dalších pěti čerpacích stanic (k pěti stávajícím), šest velkoformátových prodejen a otevření sítě malých obchodů s prodejní plochou okolo 1000 m<sup>2</sup>.

Minulý týden Tesco představilo další vlnu snižování cen ve svých obchodech. Cenový program provázený sloganem Jarní sestřih cen představuje investici ve výši 200 mil. Kč a zahrnuje snížení cen u 2000 výrobků.

## Globus nabízí sortiment bezlepkových výrobků

Od 21. 4. je možné ve všech deseti hypermarketech Globus v ČR koupit bezlepkové výrobky, které jsou vhodné pro lidi trpící celiakií. Rozšíření nabídky bezlepkových produktů do celé prodejní sítě společnosti Globus je reakcí na úspěch zkušebního prodeje těchto výrobků ve třech hypermarketech – v Brně, v Čakovicích a na Černém Mostě.

„Nabídku bezlepkových výrobků v našem sortimentu zákazníci prokazatelně ocenili. Proto jsme se rozhodli jim vyjít vstříc a rozšířit tuto nabídku do všech hypermarketů Globus,“ vysvětluje Boris Malý, vedoucí marketingu společnosti Globus. „Od května navíc bude pro zájemce o tyto produkty spuštěn i objednávkový systém na internetu. To znamená, že zákazník si bude moci vybrat bezlepkové produkty z naší nabídky on-line, naši zaměstnanci pro něj požadované zboží připraví a on si je v konkrétním hypermarketu pouze vyzvedne,“ dodává. Důvodem pro zavedení této služby je skutečnost, že se jedná o specifický sortiment, u něhož lze předpokládat větší jednorázové nákupy.

**Velký jarní sestřih cen!**

Další snížení cen výrobků Tesco!

**15%**

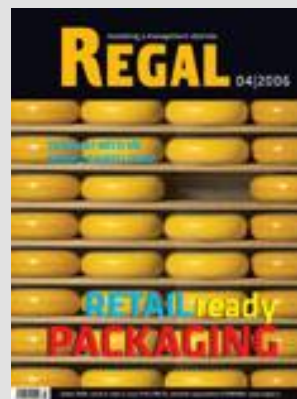
Minimálně o 15% levnější než značkové výrobky se srovnatelnou kvalitou.

ZNAČKOVÁ KVALITA VYNI ZA JESTĚ NEJLÉPŠÍ KUPTE A VYZKOUŠEJTE!

**KČ**



Objednejte si **ZDARMA** ukázkový výtisk nového odborného měsíčníku **REGAL** na internetové adrese [www.eregal.cz](http://www.eregal.cz).



VE 4. ČÍSLE MĚSÍČNÍKU REGAL MIMO JINÉ NAJDETE:

- Efektivní Retail Ready Packaging
- Panerie se mění. Bude francouzštější
- Jak výhodně investovat do venkovní reklamy

Regal 4/2006 vyšel 18. 4.  
Objednávky předplatného na [www.eregal.cz](http://www.eregal.cz)

**economia**  
OBSAH ROZHODUJE

## ACNielsen Euro Price Barometr

Dvakrát ročně měří a porovnává ceny populárních mezinárodních potravinových produktů v 16 evropských zemích studie ACNielsen Euro Price Barometr. „Je užitečné znát cenu svých oblíbených výrobků v okamžiku, kdy opouštíte domovinu. Někde mohou jejich ceny dosáhnout až dvojnásobku toho, za co je kupujete ve svém místním supermarketu,“ říká Frank Martell, prezident a CEO ACNielsen Europe. Tato studie, která se provádí jednou za půl roku, ukázala, že Finsko je nejdražší místo v Evropě pro nákup populárních potravinových produktů, zatímco nejlevnější lze nákupní košík těmito produkty naplnit v Německu a v Nizozemsku. To je způsobeno zejména dominancí hard-diskonterů jako Aldi a Lidl, kteří zde drží konkurenční ceny.

## Sklady – cenové vzestupy i poklesy

Sklady v okolí londýnského letiště Heathrow jsou nejdražší skladovací plochou na světě. Náklady na pronájem za 1 m<sup>2</sup> dosahují 247 eur ročně. Vyplývá to ze studie Industrial Space Across the World, kterou každoročně vydává světová poradenská společnost Cushman & Wakefield. Druhé nejdražší je Tokio, kde nájmy dosahují 165 eur/m<sup>2</sup>/rok. Třetí je Dublin s částkou 142 eur/m<sup>2</sup>/rok. Česká republika obsadila s cenou 72 eur/m<sup>2</sup>/rok 27. místo v žebříčku a spadla tak o dvě pozice z loňské 25. příčky. „Všechny čtyři střeoevropské země – Česko, Maďarsko, Polsko a Slovensko – zaznamenaly oproti minulému ročníku pokles v žebříčku. Dochází k tomu

(Pokračování na stránce 2)

## Registrační pokladny Consulta Burotechnik

Společnost Tech Data Distribution oznámila zahájení spolupráce s významným výrobcem registračních pokladen – společností Consulta Burotechnik. Distribuční smlouva byla podepsána na začátku dubna 2006. Vzájemná spolupráce je zaměřena na prodej registračních pokladen a příslušenství. Společnost Consulta Burotechnik sídlí v Německu. Vývojem a výrobou registračních pokladen se zabývá od roku 1975.

Zákazníkům nabízí ucelené portfolio produktů: od základních modelů určených pro menší prodejny přes robustní pokladny vhodné do provozů s vysokými nároky na rychlé a bezproblémové provedení transakce až po pokladny určené pro firmy s nestandardními požadavky.

## Finanční ředitel roku 2005

Nejlepším finančním ředitelem v roce 2005 je František Lambert z České televize. V internetové anketě, kterou uspořádal Klub finančních ředitelů (CFO Club), o tom rozhodli odborníci z oblasti financí. Druhé místo obsadil finanční ředitel České spořitelny Dušan Baran, třetí skončil Milan Bláha ze Škoda Machine Tools.

„Anketou Finanční ředitel roku jsme chtěli zdůraznit význam finančního řízení pro každou společnost. To také dokládá fakt, že první tři místa obsadili zástupci tvrdého průmyslu, bankovního a mediálního sektoru. Vítězové byli oceněni za mimořádné výsledky v oblasti finančního řízení, za snížení nákladů, řízení integračního procesu nebo významného posílení zdrojů. Jsem přesvědčen, že ceny se nacházejí ve správných rukou,“ doplňuje prezident klubu Dean Brabec, market director Arthur D. Little.



## Pivovar Velké Popovice – rekordní výstav

K 25. 4. dosáhl pivovar Velké Popovice historického výstavu 1,5 mil. hl za období posledních 12 měsíců. V současnosti je jediným z velkých pivovarů, jehož výstav roste dvojciferně, a zároveň se stal největším pivovarem na území Prahy a středních Čech. Za poslední tři roky zaznamenal nárůst výstavu, který představuje 38 %. „Dlouhá a bohatá tradice pivovaru Velké Popovice nás sama motivuje k dalšímu úsilí a letos se nám dokonce podařilo dosáhnout historického rekordu. Dlouhodobě vzrůstá množství vystaveného piva, již během roku 2005 se jednalo o více než 17% nárůst,“ říká Jozef Špirko, manažer výroby velkopopovického pivovaru.

## Výstavba nové stáčírny je v plném proudu

Zabetonováním poslední piloty pro nosnou konstrukci vstoupila výstavba nové stáčírny v plzeňském pivovaru do další etapy. Po získání příslušných povolení začátkem března 2006 zahájil investor Plzeňský Prazdroj stavební část historicky největší investiční akce v pivovaru Plzeň.



Celá investiční akce je rozdělena na tři etapy, z nichž zatím jen ta první (v hodnotě 1 mld. Kč) má konkrétní faktické i časové obrysy. Další etapy se budou přistavovat postupně v budoucnu, v závislosti na růstu poptávky po pivu Pilsner Urquell. Ukončení první etapy se předpokládá na konci roku 2006, se zahájením zkušebního provozu nové stáčírny a souvisejících technologických provozů počítá firma v říjnu letošního roku.

## DPD zdvojnásobí své kapacity

Nové distribuční centrum zásilkové služby DPD vzniká v areálu jednoho z největších logistických parků v ČR u dálnice D1 v oblasti Modletic u Prahy. S výstavbou se začalo na podzim 2005 a dokončení je plánováno na léto 2006. Nové překladiště významně rozšíří kapacity DPD. Součástí komplexu budou i administrativní budovy, které poslouží jako sídlo české centrály DPD. Celková investice se pohybuje kolem 5 mil. eur. V letošním roce DPD také počítá s otevřením dalšího depa v ČR. „Popsaný rozsah představuje I. etapu, která je připravena k dokončení v červenci 2006. Projekt však obsahuje další rozšíření kapacity o druhou, „malou“ halu, čímž se v budoucnu zdvojnásobí kapacita depa,“ říká Daniel Mareš, generální ředitel české DPD.

(Pokračování ze stránky 1)

vlivem postupného vývoje trhu, příchodu nových hráčů a mezinárodních developerů. Výstavbou moderních skladů významně rozšiřují nabídku ploch k pronájmu. Nájemci si pak mohou lépe vybrat, větší nabídka také drží ceny dole,“ tvrdí Ferdinand Hlobil, vedoucí středoevropského týmu pronájmu průmyslových ploch v Cushman & Wakefield.

## Výsledky za první čtvrtletí

The Coca-Cola Company oznámila, že za první čtvrtletí dosáhla zisku ve výši 0,47 dolaru na akcii. V této částce je započítáno čisté snížení o 0,02 dolaru na akcii, které se týká především nehotovostních nákladů na znehodnocení určitých aktiv a investic v distribučních a výrobních podnicích v Asii. Zisk na akcii v 1. čtvrtletí roku 2005 dosáhl 0,42 dolaru, včetně čistého snížení o 0,05 dolaru na akcii. Neville Isdell, předseda představenstva a generální ředitel, uvádí: „Hnací silou byly inovace, výkony na hlavních trzích a stále větší úspěch při stabilizaci náročných trhů. Podařilo se nám účinně vyvážit výsledky našich celosvětových aktivit a dosáhli jsme 5% růstu objemu prodeje jednotkových balení, čímž jsme překonali náš dlouhodobý cíl. Růst činil 3 % v segmentu sycených nápojů a 11 % v segmentu nesycených nápojů.“

## C&A na cestě expanze

Mezinárodní společnost C&A otevírá v těchto dnech svoji 1000. pobočku v Evropě. K této příležitosti daruje vybraným dobročinným organizacím ve 13 zemích Evropy celkem 2,5 mil. eur, z toho přes 50 tis. eur obdrží charitativní organizace v ČR. Společnost C&A chce také poděkovat všem svým 30 000 spolupracovníkům v celé Evropě, které obdaruje dárkovými šeky C&A v hodnotě přes 1 mil. eur.

Rodinná firma C&A patří se svým obrátem 5,2 mld. eur, jakož i nyní se svými 1000 pobočkami, k největším maloobchodním společnostem v Evropě. V nastávajícím obchodním roce 06/07 očekává firma v Evropě zvýšení obrátu o 4 až 6 %. Základem bude pokračování expanze. V roce 2006 plánuje společnost otevření dalších 120 až 150 nových prodejen. Z toho případnou na ČR tři nové prodejny.

www.ifranchising.cz

Franchising & ... ZNAČKA®

marketingové a právní aspekty „podnikání pod cizí značkou“

odborný seminář 22.5.2006 Hotel IBIS Praha Smíchov



ČESKÝ INSTITUT PRO FRANCHISING



## Božkov Vodka má novou etiketu

Božkov Vodka od Stocku Plzeň má zcela novou etiketu. Modernizace etikety navazuje na předloňskou změnu designu lahve, do níž jsou Božkov Vodka, ale i další značky řady Božkov stáčený. Použití náročných technologií s plastickými prvky a dokonalými barvami usnadňuje jejich identifikaci a navíc ztěžuje jakékoli pokusy o napodobení originálních produktů Stocku Plzeň. „Základním motivem pro změnu etikety je snaha o další zviditelnění Božkov Vodka v regálech obchodů i restaurací. Nová etiketa bude výstižněji odrážet postavení a prestiž této značky,“ uvádí ředitel prodeje a marketingu Stocku Plzeň Richard Švéda. Kreativní návrhy nové podoby etikety zpracovalo studio Alone.



## Oki Systems – nárůst obrátu i zisku

Zastoupení japonské společnosti OKI pro Českou republiku a Slovensko, zabývající se prodejem počítačových tiskáren a multifunkčních zařízení, ohlásilo své hospodářské výsledky. Ve finančním roce 2005 končícím 31. 3. 2006 dosáhla společnost Oki Systems (Czech and Slovak) obrátu 290 mil. Kč, což představuje 7% nárůst oproti předchozímu roku. Zisk po zdanění dosáhl 3,3 mil. Kč, což činí 94% nárůst oproti minulému roku. „Naše pozitivní výsledky v loňském roce byly podpořeny především úspěšným prodejem barevných tiskáren,“ říká Miroslav Tyburec, finanční ředitel Oki Systems (Czech and Slovak). „Jejich podíl na našem celkovém obrátu činil 40 % oproti 27 % v roce předchozím. Počet prodaných kusů našich barevných tiskáren se meziročně více než zdvojnásobil. Vzhledem k rychle rostoucímu trhu barevných laserových/LED tiskáren v ČR i SR očekáváme pokračování tohoto růstu i v dalších letech.“

## Ceresit a Thomsit mají své billboardy

Společnost Henkel ČR naplánovala na jaro rozsáhlou outdoorovou kampaň v řádu několika set billboardových ploch pro tři své značky Divize lepidel. Od března obsadila plochy u hlavních silničních tahů značka Makroflex (těsnicí a izolační materiály) a od dubna k nim přibýly i Ceresit (stavební chemie) a Thomsit (podlahové systémy).



Cílovou skupinu představují zejména profesionálové, jako jsou stavební a podlahářské firmy a další řemeslníci. „Umístění billboardů jsme směřovali jednak k hlavním silničním tahům, jednak jsme vybrali místa v blízkosti našich obchodních partnerů, abychom tím podpořili jejich obchodní aktivity,“ dodává David Krčka, brand manažer společnosti Henkel ČR.

## Financování nákupů za více než 1,2 miliardy

Společnost Home Credit během prvního čtvrtletí roku 2006 profinancovala nákupy klientů v celkové výši 1,272 mld. Kč. Největší podíl na tomto objemu mají jednorázové spotřebitelské a revolvingové úvěry (stříbrná karta Home Credit), jejichž prostřednictvím byl dosažen obrát ve výši 1,181 miliardy, což představuje meziroční nárůst téměř o 7 %. Jen v průběhu měsíce března bylo za pomoci spotřebitelského úvěru Home Credit nakoupeno zboží za bezmála 218 mil. Kč, tedy o 37 % více než o rok dříve. Oproti rokům 2004 a 2005, kdy spotřebitelé ke svým nákupům využívali především výprodejových akcí v lednu a počátkem února, se letos na splátky v mnohem vyšší míře nakupovalo také v únoru a v březnu.

## V hlavní roli Spiderman

Potěšení ze hry, zábava, soutěžení, ale i napětí a dobrodružství jsou hlavní myšlenky nové komunikace značky dětských ovocných nápojů Jupík (výrobce Kofola). Ta připravila pro své nejméně spotřebitele na jarní a letní období kampaň s oblíbenou postavou Spidermana. Kampaň potrvá až do poloviny července 2006. „Hlavní smysl kampaně vidíme především v tom, aby se děti pobavily a aby jim jejich oblíbený nápoj přinesl i něco navíc. Kromě toho, že budou dodržovat svůj pitný režim, mohou se bavit, soutěžit a získat zajímavé dárky,“ uvádí Dita Zekuciová, brand manažerka značky Jupík. Celá kampaň je podpořena POS materiály, www stránkami a TV reklamou.

## Raději do Sparu a Hoferu

Rakouský Spar a Hofer, dceřiná společnost Aldi, stojí na vedoucích pozicích žebříčku nejpřednostňovanějších podniků v Rakousku. Dostaly se tak před Billu z mateřské Rewe. Takové jsou závěry rakouské studie realizované mezi 500 běžnými spotřebiteli.

Retězec s největší návštěvností je se 74,6 % Spar následovaný Billou (74,4 %), 72,8 % dotazovaných nejraději nakupuje v Hoferu, 43,3 % chodí do Merkur. Z hlediska služeb si mezi spotřebiteli vysloužily Hofer známku 2,6 a Lidl 3.

## Lidl: Bioznačka pro lepší image

Dne 20. 4. představil německý diskontér Lidl první vlastní bio značku Bioness, která zahrnuje přes 40 produktů z oblasti suchého zboží, mražených potravin a mléčných výrobků. Většina z nich pochází z Německa. V rámci týdenní akce nabízel Lidl bio výrobky už v srpnu loňského roku a od ledna rozšířil svou nabídku o bio ovoce a zeleninu.

Ve spolupráci s TransFair začne od června nabízet další bio zboží, které bude pocházet ze zemí třetího světa. Díky bio produktům přiteklo do pokladen Lidlu v minulém roce o 4 mld. eur víc než v předchozím roce.

## Personálie

- Společnost Paul Hartmann AG personálně reorganizovala nejvyšší vedení firmy. Předsedovi představenstva Rinaldo Riguzzimu podléhají od dubna čtyři oblasti: Solution Management nyní vede Wolfgang Neumann s kompetencí pro vývoj strategií v korporátní a obchodní oblasti. Product Supply Management dočasně povede sám Rinaldo Riguzzi, CEO jak německé Paul Hartmann AG, tak celosvětové Hartmann Group. Nově vzniklou pozici v oblasti Operations obsadil Michael Kuehn, v jehož kompetenci bude celosvětová obchodní strategie a obchod v jednotlivých regionech. Finance a HR Management má na starosti Norbert Unterharnscheidt.

- Novým předsedou dozorčí rady pivovaru Starobrn je Thomas Polany z vedení společnosti Heineken, pod kterou spadá. Finanční ředitel německého podniku pro střední a východní Evropu nahradil v dozorčí radě Stefana Orlovského.

- Na pozici communication a PR manažerky ve společnosti Adidas ČR nastupuje Radka Šabatková.

- Anderson Willinger, společnost pro executive search, posílila Leigh Ann Stouffer jako senior konzultantka. Bude odpovědná za vedení projektů v oblasti obchodu a marketingu. Předtím působila v několika českých konzultačních společnostech, které se zabývají obchodním a marketingovým servisem.

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](mailto:regal@economia.cz); Magda Etzlerová, inzertní manažerka časopisu, tel.: 233 073 170, fax: 233 072 730, [magda.etzlerova@economia.cz](mailto: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.