

Čerstvost a kvalita potravin – důležitá jako cena

Čeští zákazníci se řídí při výběru prodejny, kde nakupují většinu potravin, v první řadě její polohou a dále cenami a šíří sortimentu. Tyto důvody jsou pro většinu zákazníků rozhodující již řadu let. Přitom však zákazníci deklarují, že čerstvost a kvalita potravin je pro ně právě tak důležitá jako ceny; 82 % zákazníků dokonce uvádí, že je pro ně čerstvost a kvalita „velmi důležitá“. To v praxi znamená, že na nízké ceny a slevy lze velké množství zákazníků nalákat, ale nekvalitními či málo čerstvými potravinami jich lze mnoho ztratit. Vyplyvá to z aktuálních výsledků největšího každoročního šetření vývoje nákupních preferencí českých domácností Shopping Monitor 2006/07 společnosti Incoma Research a GfK Praha.

Hypermarkety a diskonty jsou při nákupu potravin nejoblíbenějšími maloobchodními formáty na českém trhu. Jako své hlavní nákupní místo uvádí hypermarket 39 % domácností, což je zatím historicky nejvyšší dosažený výsledek, preference diskontních prodejen mírně vzrostly na 24 % a supermarket uvádí jako své hlavní nákupní místo 15 % dotázaných, stejně jako vloni. Naopak v oblasti čerstvého zboží – zejména masa a masných výrobků – roste význam menších a specializovaných prodejen. Například čerstvé maso nakupuje v menších prodejnách (samoobsluhy, řeznictví) 50 % zákazníků a tento podíl trvale roste již od roku 2003.

Jako prodejnu, ve které dotazovaní utratí nejvíce ze svých celkových výdajů za potraviny, uvedlo 17 % domácností (stejně jako loni) hypermarket Kaufland. Na druhé místo se vyhouply hypermarkety a obchodní domy Tesco, následované řetězci Penny Market, Plus Diskont, Albert, Jednota a Hypernova. Do první desítky se dostal ještě Lidl, Globus a Billa.

Letos poprvé studie Shopping Monitor také nabízí objektivní celkové hodnocení řetězců, které odráží pozici řetězce ve všech sledovaných faktorech (Chain Evaluation Index). Nejlépe celkově hodnoceným řetězcem se podle tohoto indexu stal Globus, který získal 82,2 bodů ze 100 možných. Druhou pozici obsadil Kaufland (80,3 bodů), třetí Tesco hypermarket (79), následují Makro, Inter-spar a Hypernova.

www.eklasa.cz navštíví denně až 1000 uživatelů

Návštěvnost na webových stránkách www.eklasa.cz, které informují o kvalitních tuzemských potravinách, se každým měsícem zvyšuje. Statisticky nejvyšší návštěvnost byla zaznamenána v listopadu loňského roku, kdy se na stránky národní značky kvality KlasA podívalo téměř 25 tisíc uživatelů. Průměrná návštěvnost stránek je přibližně 1000 uživatelů denně. Webové stránky národní značky kvality potravin KlasA byly spuštěny v únoru 2006. Kromě základních informací o podstatě značky a kompletního přehledu výrobků oceněných touto značkou jsou zde také sekce s rozšiřujícími informacemi.

Elektrospotřebiče stále končí v popelnici

Zpětný odběr elektrospotřebičů se zatím ještě nestal běžnou součástí našich životů. Dokazuje to výzkum společností Asekol, Ekolamp a Elektrowin, které se zabývají zpětným odběrem vyřazených elektrospotřebičů. Výzkum, který realizovala výzkumná agentura Markent na reprezentativním vzorku 717 domácností z celého území ČR, ukázal, že v popelnici skončí např. 72 % kompaktních zářivek, 49 % lineárních zářivek a také téměř polovina fénů a kulem. Ukázalo se také, že organizace v ČR třídí elektroodpad poměrně svědomitě. Způsob, jakým se ho zbavují, je vzhledem k životnímu prostředí relativně potěšující. Většinu vyřazených elektrozařízení odevzdají do sběrných dvorů, ještě častěji využívají služeb specializovaných firem. Asekol se takto postará například o 2/3 televizí a faxů či o více než polovinu počítačů, monitorů a radiopřijímačů, Elektrowin o více než 3/4 sporáků, 63 % ledniček a nadpoloviční většinu myček nádobí a mikrovlnných trub.



V 1. ČÍSLE MĚSÍČNÍKU REGAL MIMO JINÉ NAJDETE:

- Billa – exkluzivní rozhovor
- Nejlepší světové obchody
- Velikonoce – „budiček“ z povánočního útlumu

Regal 1/2007 vyjde 23. 1.
Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Strategie Delhaize v roce 2007

Skupina Delhaize Group oznámila, že letos plánuje otevření 44 nových obchodů v Belgii, Lucembursku a Německu. Rozšíří tak svou síť na 843 prodejních míst. Expanze bude zahrnovat i 20 nových obchodů s potřebami pro domácí miláčky Tom & Co. První obchod skupiny s tímto názvem bude otevřen v červenci ve francouzském městě Lille.

Firma se i nadále bude držet své konkurenční strategie cenové politiky a ve spolupráci se známými šéfkuchaři chce rozšiřovat řadu hotových jídel. Belgická část Delhaize přejde na používání 100% obnovitelné energie pocházející z vodních elektráren v Alpách. Supermarkety a city koncepty, všechny sklady a centralizované služby Delhaize budou využívat pouze obnovitelné zdroje energie.

Budějovický Budvar v Portugalsku

Budějovický Budvar může s konečnou platností prodávat své pivo v Portugalsku pod svou značkou. Velký senát Evropského soudu pro lidská práva ve Štrasburku totiž odmítl odvolání amerického pivovarského gigantu Anheuser-Busch proti rozsudku tohoto tribunálu, který americké společnosti de facto zakazoval prodávat v Portugalsku její pivo pod značkou Budweiser.

Velký senát dospěl poměrem hlasů 15 ku 2 k závěru, že portugalský nejvyšší soud postupoval správně a racionálně, když v roce 2001 rozhodl, že právo na používání ochranné známky Budweiser Budvar má v Portugalsku česká společnost.

Nábytkářská Lesnina plánuje vstup na český trh

Velkou expanzi v České republice plánuje největší obchodník s nábytkem v bývalé Jugoslávii, slovinská společnost Lesnina. Postupně chce mít až šedesát nových obchodů. Konkurovat bude především velkým obchodním domům, švédské společnosti IKEA a rakouské firmě Kika, které je Lesnina podobná.

V současné době provozuje firma ve Slovinsku 23 obchodů a dalších 13 v Chorvatsku, kde začala teprve před čtyřmi lety. Třetí zemí mělo být původně Srbsko, ale kvůli menší administrativě dostala přednost střední Evropa. V ČR chce otevřít tolik obchodů, kolik odpovídá 2,7krát většímu trhu. První obchody chce Lesnina v tuzemsku otevřít ve druhé polovině roku 2008.

Valentýn s medvídkem Haribem

Společnost Haribo CZ zve všechny zamilované na oslavu svátku Svatého Valentýna. Bude se konat 12. února v Brně, 13. února v Bratislavě a vyvrcholí v Praze dne 14. února před obchodním centrem Nový Smíchov.

„Medvědí hlídka“ žlutých maskotů Haribo bude na zmíněných místech odměňovat sladkými srdíčkovými bonbony Haribo Liebes-Herzen páry, které si před ní dají valentýnský polibek, zodpoví znalostní otázku o lásce nebo zazpívají zamilovanou písničku. Doprovod akce bude představovat i terénní automobil s nápisem Haribo, který „Medvědí hlídka“ podpoří hudební produkci.



Monooborový Walmark – nižší tržby

Společnost Walmark dosáhla v hospodářském roce 2005 (17 měsíců) tržeb za prodej výrobků, zboží a služeb ve výši 1839 mil. Kč, což při přepočtu na srovnatelné období představuje 32% pokles oproti roku 2004.

Generální ředitel Tomáš Macura k tomu uvádí: „Walmark od roku 2005 působí pouze jako monooborová společnost koncentrující se na výrobu doplňků stravy a léků. Očekávaný meziroční propad tržeb v roce 2005 je proto důsledkem opuštění výroby nealkoholických nápojů a odprodeje nápojářské divize, která se ještě v roce 2004 podílela na celkových tržbách společnosti téměř polovinou. Samotné tržby farmaceutické divize v uplynulém roce vzrostly o 19 % na srovnatelné časové bázi.“

Bankovky v sáčcích Bohemia

Soutěž s názvem „Hledejte v sáčku peníze“ připravila společnost Bohemia Chips od 8. ledna do konce března 2007. V sáčcích označených promoční páskou mohou zákazníci nalézt okamžitou výhru v podobě finanční hotovosti.

Ve hře jsou jak mince v hodnotě 20 a 50 Kč, tak papírové bankovky do 5000 Kč. Celkově bylo v sáčcích ukryto 4,5 milionu Kč. Kromě toho mají zákazníci možnost za pět nasbíraných obalů Bohemia Chips získat slevu ve výši 500 Kč na nákup libovolného leteckého zájezdu z katalogů zima 2006/2007 nebo 3% slevu na jakýkoliv zájezd u cestovní kanceláře Čedok. Podrobná pravidla jsou na internetových stránkách www.bohemiachips.cz.



Stock Plzeň atakoval laťku 25 milionů litrů

Společnost Stock Plzeň-Božkov prodala v roce 2006 24,65 mil. litrů alkoholických nápojů. To představuje meziroční zvýšení odbytu o 6,4 %, v absolutních číslech pak prodeje vzrostly oproti roku 2005 o 1,68 mil. litrů. „Těší nás, že jsme udrželi dynamiku růstu z roku 2005. Klíčový podíl na tom měly především whisky a lihoviny řady Božkov. Právě tyto tradiční značky zažívají ohromnou renesanci,“ uvádí generální ředitel Stocku Plzeň Martin Petrášek.

Z hlediska absolutního objemu jsou nejprodávanějšími produkty Stocku Plzeň-Božkov vlajkové značky Fernet Stock a Fernet Stock Citrus, dále Božkov Tuzemský a Božkov Vodka.

Maďarsko zveřejnilo seznam volně prodejných léků

Maďarské ministerstvo zdravotnictví zveřejnilo seznam 289 léků, které mohou být nabízeny k volnému prodeji v maloobchodních místech (OTC). Jejich počet se může měnit, protože Národní ústav léčiv (OGYI) bude tento seznam každý měsíc aktualizovat. Někteří retailéři, jako například Tesco, MOL a Agip, již dříve naznačili, že chtějí prodej léků zahájit.

Varování pro těhotné ženy

Francouzský koncern Pernod Ricard rozšiřuje svůj přístup k zodpovědnému pití alkoholu o novou iniciativu a zavádí nová pravidla komunikace přesahující současné regulační požadavky.

Firma začne umisťovat varovná označení určená těhotným ženám na všechny láhve vína a tvrdého alkoholu, které prodává v zemích Evropské unie. „Co se týká naší hlavní značky Becherovka, ta se k iniciativě připojí s novými etiketami zhruba v květnu tohoto roku,“ uvádí David Haworth, generální ředitel Jan Becher – Karlovarská Becherovka.

Když bio, tak stoprocentně

Expanze sortimentu biovýrobků pokračuje. Německá síť marketů s biopotravinami Alnatura je se svými 27 prodejnami opět jedničkou na německém trhu. Roste dokonce rychleji než samotné odvětví biopotravin – zatímco to v loňském roce vykázalo nárůst „pouze“ 15 %, Alnatura si polepšila o 26 %. Vlastně rostlo vše, co mohlo: obrát (ze 145 na 182 mil. eur), počet prodejen (z původních 21 na současných 27), počet zaměstnanců (z 610 na současných 760). Pozadu nezůstal ani sortiment, který nabízí výběr z 670 obchodních artiklů. Šestnáct výrobků dokonce v minulém roce obdrželo nejlepší ohodnocení ve spotřebitelském testu zboží.

Nákupní košíky-samohybký

Španělští spotřebitelé se mohou těšit z novinky, kterou do tamních maloobchodů zavedl výrobce Araven ze Zaragozy. Nákupní košíky na kolečkách a se sklápěcími držadly jsou vyrobené z polyamidu, vnitřní kostra je z hliníku a kolečka gumová. Díky svým rozměrům (465 x 353 x 404 mm) se stejně jako klasické košíky pohodlně vejdou pod pokladny.

Pivovar Nymburk – nárůst o devět procent

V loňském roce prodal Pivovar Nymburk 167 tisíc hl Postřižinského piva, což je o 9 % více než v roce předchozím. Export pivovaru se na tomto výsledku podílel 21 %. „Jde o nejlepší výsledek v tomto tisíciletí,“ konstatuje Pavel Benák, ředitel nymburského pivovaru. Naposledy pivovar překročil hranici 150 tisíc hl v roce 1995. Pro srovnání, v roce 1898 měl nymburský pivovar výstav 17 tisíc hl. „Na úspěšný výsledek nemá vliv jenom dobré počasí, ale i rozšíření distribuce,“ doplňuje Pavel Benák.

Makro vyřadilo 300 tisíc zákazníků

Největší obchodní firma na českém trhu Makro Cash & Carry ČR na začátku roku vyřadila ze své databáze zhruba 300 tisíc zákazníků, kteří nesplňovali určený limit utracených peněz (2000 Kč za druhé pololetí loňského roku). Počet registrovaných zákazníků tohoto řetězce se tak snížil asi na 750 tisíc (v roce 2006 to bylo 1,050 milionu). Toto opatření je průvodním jevem strategie společnosti, která se chce zaměřit na klíčové klienty, jejichž útraty měsíčně dosahují desetitisícové hodnoty. Mluvíci společnosti Markéta Světlíková říká, že ne všechny zrušené zákaznické karty byly aktivní: „V mnoha případech jsme totiž zjistili, že zákazníci ukončili podnikání anebo mají vystavenou zákaznickou kartu na jinou svoji firmu.“ Makro Cash & Carry ČR provozuje 12 velkoobchodních center a z pohledu tržeb je dlouhodobě největším obchodním řetězcem v zemi. Loni firma zvýšila tržby na 38,3 mld. Kč z 37 mld. Kč v roce 2005.



Kompenzace pro ekologické zemědělce v roce 2009?

Stočtyřicet ekozemědělců nově registrovaných v České republice v průběhu roku 2006 představuje průlom v několikaleté stagnaci českého ekozemědělství. Tento pozitivní obrat v rozvoji českého ekologického zemědělství ale může být výrazně ohrožen. Pro většinu nových farmářů znamená ohlášené oddálení zahájení programu Podpory rozvoje venkova značné komplikace, případně i existenční potíže. Poptávka po biosurovinách českého původu ze strany výrobců biopotravin přitom vzrůstá. Zpracovatelé mají zájem zejména o kravské mléko, vejce, vepřové maso, špaldu, pohanku, zeleninu a ovoce, poptávka je i po krmeném obilí, vše v kvalitě bio.



Bebe s 3D venkovní reklamou

Dalším z řady zadavatelů, kteří zkoušejí účinnost inovativních prvků ve venkovní reklamě, je společnost Opavia-Lu s produktem Bebe Dobré ráno.

Vedle 135 klasických nosičů formátu citylight v pražském metru a na zastávkách městské hromadné dopravy v dalších městech nasadila v lednu dvojici oboustranných CLV s prostorovým modelem žlutého trika uprostřed. Realizace je k vidění v prostorách nástupišť uzlových stanic metra Můstek B a Florenc C.

Pod kreativitou je podepsána agentura Euro RSCG, kampaň naplánovali v OMD Czech, dodavatelem dvojice ploch je euroAWK.

Globus si vybral WMC/Grey

Společnost Globus ČR si ve druhém kole výběrového řízení na novou reklamní agenturu vybrala agenturu WMC/Grey. Ta porazila ve finále TBWA Praha, tendru se ještě zúčastnily agentury Ogilvy & Mather, Thamesdown a Young & Rubicam. Spolupráce obou firem bude zahájena ihned po podpisu smlouvy. Jako mediální agenturu si v tendru Globus před necelým měsícem vybral Zenith-Optimedia. Podle monitoringu TNS loni společnost investovala do médií do konce listopadu 53 mil. Kč.

Objednejte si ZDARMA ukázkový výtisk nového odborného měsíčníku REGAL na internetové adrese www.eregal.cz, nebo e-mailem na predplatne@economia.cz a také telefonem na 800 11 00 22.

Dr. Oetker pomáhá alergikům na potraviny v orientaci

Výrobce potravin Dr. Oetker vychází v Německu vstříc spotřebitelům, kteří trpí nějakým druhem potravní alergie. Na svých internetových stránkách www.oetker.de nabízí všem, kterých se tyto problémy týkají, možnost získat přehled, v jakých výrobcích této firmy jsou nebo nejsou přítomné alergeny. Systém pracuje na jednoduchém principu: uživatel označí vybrané alergeny, kterých se musí ve své stravě vyvarovat, a následně obdrží seznam „neškodných“ výrobků.

Kaufland půjde do menších sídel

Podle rumunského tisku zvažuje tamní pobočka hypermarketové sítě Kaufland (skupina Schwarz), že v budoucnu bude otevírat prodejní místa ve městech s méně než 100 tisíci obyvatel. Podle zástupců retailera není v menších sídlech konkurence tak silná, a vstup do nich je proto snazší. Kaufland otevře letos v Rumunsku více než 10 hypermarketů, každý s prodejní plochou 3 až 5 tisíc m². Investice dosáhnou v tomto roce výše 400 mil. eur. Po necelém roku od vstupu na rumunský trh se tamní síť Kauflandu stala nejproduktivnější z celého portfolia skupiny.

Frico čeká facelift

Výrobce sýrů Friesland Foods Cheese se chystá na repositioning svého brandu Frico v Německu. V duchu motto Malá země, velký sýr odstartuje v tomto roce mohutná reklamní kampaň této značky, o kterou se postará düsseldorfská agentura M28. Především na televizi orientovaná kampaň bude klást důraz na zemi původu, tradici a zdravý způsob výživy. Na jaře se spolu s plakátovou kampaní objeví i rozhlasová reklama na nízkotučné výrobky Frico Leicht & Lecker.

Personálie

• V dubnu 2008 odstoupí současný předseda představenstva Ulrich Lehner společnosti Henkel ze své funkce, protože dosáhne firemního důchodového věku 62 let. Výbor akcionářů jmenoval s účinností od 1. ledna 2007 Kaspera Rorsteda do funkce náměstka předsedy představenstva. Po valné hromadě 2008 pak bude Rorsted uveden do funkce předsedy představenstva.

• DTZ, poradenská společnost působící na nemovitostním trhu, jmenovala od ledna 2007 Martijna Kanterse na pozici associate director oddělení Consulting & Research v Praze. Ve své nové pozici bude zodpovědný za vedení a rozvoj poradenských služeb a průzkumu trhu ve společnosti DTZ.