

line REGAL

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 3/07, 23. 1. 2007

TOP desítka – nárůst tržeb na 261,3 mld. Kč

Deseti největším obchodním řetězcům v loňském roce vzrostly maloobchodní tržby meziročně o 32,9 mld. na 261,3 mld. Kč. Předběžné výsledky zveřejnila společnost Incoma Research. Loňské tempo růstu tržeb bylo rychlejší než v roce 2005, kdy desítka největších obchodníků zvýšila tržby zhruba o 13 mld. Kč. První místo na žebříčku největších retailerů loni poprvé patřilo s odhadovanými tržbami 43,5 mld. Kč německé skupině Schwarz, která v ČR provozuje síť hypermarketů Kaufland a diskontních prodejen Lidl. V roce 2005 byla druhým největším obchodníkem. Skupina Schwarz na prvním místě vystřídala společnost Makro Cash & Carry, která loni s tržbami 38,3 mld. Kč skončila až na čtvrtém místě. O druhé a třetí pořadí se s tržbami 38,5 mld. Kč dělily obchodní řetězce Ahold a Tesco. V roce 2005 byl Ahold třetí a Tesco páté.

S pořadím na loňském žebříčku největších obchodníků zamíchal odchod tří obchodních řetězců z ČR. Zhruba 60 obchodů Julius Meinl v závěru roku 2005 převzal Ahold a Tesco loni získalo 11 hypermarketů Carrefour a 27 supermarketů Edeka. Právě společnosti Tesco Stores ČR loni podle odhadů Incoma Research vzrostly tržby nejvíce, a to o 16 mld. Kč.

„V roce 2006 se prudce zvýšil podíl deseti největších obchodníků, kteří nyní mají 63 % trhu s rychloobrátkovým zbožím. Je to o 10 % více než v roce 2005,“ říká Zdeněk Skála z Incoma Research. Loňský výrazný růst tržeb největších obchodníků podle něj souvisí právě s koncentrací tuzemského maloobchodního trhu. Tržní podíly obchodních řetězců se v ČR podle Zdeňka Skály začínají dostávat na standardní evropskou úroveň: „Obchodní řetězce proto budou moci bojovat o zákazníky i jinými zbraněmi, než jsou jen ceny. Příkladem je kvalita a čerstvost nabízených potravin.“

Deset největších obchodních řetězců podle maloobchodních tržeb v ČR
(předběžné výsledky**)

pořadí	skupina/firma	tržby 2005	tržby 2006	změna
1.	Schwarz ČR (Kaufland, Lidl)	38,0*	43,5*	5,5
2.-3.	Ahold Czech Republic (Hypernova, Albert)	36,5*	38,5*	2
2.-3.	Tesco Stores ČR	22,5*	38,5*	16
4.	Makro Cash & Carry ČR	37,5	38,3	0,8
5.	Rewe ČR (Billa, Penny Market)	23,2*	25,8*	2,6
6.	Globus ČR	19	20,5	1,5
7.	Tengelmann ČR (Plus - Discount, OBI)	19,2*	19,5*	0,3
8.	Geco Tabak	12,5	14,9	2,4
9.	Spar ČR***	11,0*	12,0*	1
10.	Delvita	9,0*	8,8*	-0,2
1.-10.	Celkem	228,4*	261,3*	32,9

* odhad Incoma Research ** hodnoty v tabulce jsou v mld. Kč *** Spar ČR (Spar Česká obchodní společnost, Spar Šumava)
Zdroj: Incoma Research

Kauflandu vzrostl zisk na 1,2 mld. Kč

Společnost Kaufland Česká republika, která v tuzemsku provozuje síť stejnojmenných hypermarketů, v hospodářském roce 2006 (březen 2005 až únor 2006) zvýšila na 1,156 mld. Kč z 871,95 mil. Kč v roce 2005. Kaufland tak patří mezi nejziskovější retailery u nás. V hospodářském roce 2006 vzrostly také jeho tržby za prodej vlastních výrobků a služeb, a to z 24,987 mld. Kč v roce 2005 na 27,063 mld. Kč. V dané periodě otevřel deset nových obchodních domů, v následujícím období počítá s otevřením dalších sedmi nových obchodních domů.

Gervais a Almette patří k sobě

Společnost Bel Sýry Česko (BSČ) rozšíří k 1. únoru svou nabídku čerstvých sýrů v ČR o nově získanou značku Gervais, kterou doposud vlastnila firma Danone. Tato akvizice doplňuje uvedení značky Almette na český trh ze začátku roku 2006. Změna vlastníka značky se samotného výrobku nijak nedotkne, ani kvalitativně, chuťově či cenově. „Výrobky Gervais nám v kombinaci s želeťavským sýrem Almette na českém trhu čerstvých sýrů určitě přinesou významnou konkurenční výhodu,“ předpokládá Philippe Champlong, generální ředitel společnosti Bel Sýry Česko. „Díky této akvizici vzroste tržní podíl BSČ na více než 20 %,“ doplňuje Champlong.



V 1. ČÍSLE MĚSÍČNÍKU REGAL
MIMO JINÉ NAJDETE:

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

Regal 1/2007 vyšel 23. 1.

Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Po čtyřech letech velký úspěch

Velkopopovický Kozel má na ruském trhu nejvyšší objemový tržní podíl ze všech importovaných značek. Po čtyřech letech je k dostání již na 50 % možných prodejních míst. Tato tradiční česká značka je dnes vůbec nejprodávanějším českým pivem v zahraničí. „Je to pro nás velké uspokojení, že i v Rusku dosahuje značka Velkopopovický Kozel výsledků, které potvrzují, že chutná také zahraničním spotřebitelům. Velkopopovický Kozel je dnes, po čtyřech letech svého působení na ruském trhu, vůbec nejprodávanějším českým pivem v Rusku a úspěšně konkuruje jak místním, tak importovaným pivům,“ uvádí Martin Kuděla, manažer značky.

**Marketing & Media a Regal
pořádají pravidelné setkání**

REKLAMNÍ BLOK

Na téma: Reklama v retailu

Kdy: 31. ledna 2007 v 19 hodin

Kde: klub Avion v ulici Heřmanova 25, Praha 7

Hosté: Michal Charvát, OgilvyAction -
Komunikace v maloobchodu

Vladimír Bystrov, Bison & Rose -
Zahraniční reklama

Kontakt:

Brita Bendová, brita.bendova@economia.cz

Logo značky KlasA přináší růst prodeje

Značku KlasA má již 187 výrobců pro svých 1297 výrobků. Z výzkumu, který koncem minulého roku zadal Státní zemědělský intervenční fond výzkumné agentuře STEM/MARK, vyplynulo, že 70 % držitelů používá logo této značky ve vlastní marketingové komunikaci a 20 % je rozhodnuto ji používat v budoucnu. Mimo jiné více než polovina tazatelů uvedla, že se prodeje jejich výrobků oceněných značkou KlasA zvýšily. Podle 17 % respondentů se prodeje zvýšily právě díky této značce, 68 % dotázaných se domnívá, že značka byla jedním z faktorů ovlivňujících růst obrátu.

Vysočanský projekt bude dokončen v únoru 2008

Na konec února 2008 je plánováno dokončení výstavby rozsáhlého developerského projektu nákupní Galerie Fénix a Clarion Congress Hotel Prague v Praze 9 - Vysočanech. Investorská a developerská společnost Czech Property Investments Group zde hodlá na půdorysné ploše zhruba 15 tisíc m² vybudovat centrum nákupu a služeb spolu se čtyřhvězdičkovým hotelem se zaměřením na kongresový cestovní ruch. „V současné době je dokončen železobetonový skelet a začíná montáž jednotlivých technologií. Zatím jsme do projektu investovali přes miliardu,“ uvádí Milan Trněný, obchodní ředitel Czech Property Investments Group. Celková investice má dosáhnout částky 2,5 mld. Kč.



Rekordní rok v Cushman & Wakefield

O 35 % se zvýšil v roce 2006 obrát Cushman & Wakefield Praha ve srovnání s výsledky roku 2005. O třetinu stoupl také počet zaměstnanců – z 61 lidí v prosinci 2005 na 82 ke konci loňského roku. Firma byla také oceněna jako Nejlepší realitní agent v České republice 2006. Tým pronájmu maloobchodních prostor C&W patří na českém trhu k nejzkušenějším. Z celkově pěti nákupních center otevřených v uplynulých 12 měsících se podílel na pronájmu tří – NovoPlaza v Praze 4, Prior Ostrava a třetí fáze Obchodního centra Letňany. Výrazně přispěl ke zlepšení nákupních zón v centru Prahy a Brna, za minulý rok například otevřením obchodů Zara a Reserve v Brně.

Signal v boji za dentální hygienu

Během loňského roku pořádala značka Signal dva edukační projekty pro širokou veřejnost. Signal Škola dentální hygieny se konala již druhým rokem ve vybraných nákupních centrech, kde přítomné dentální hygienistky návštěvníkům vysvětlovaly zásady správné péče o chrup.

Signal Dentibus je akce zaměřená především na děti a jejich rodiče, která letos probíhala již podesáté. Velký zájem dokazuje bohatá účast: počet vyšetřených dětí překročil tisícovku. Magická hranice tisíc byla bohužel překročena i v počtu nalezených neošetřených kazů. U 1005 dětí bylo nalezeno 1003 kazů.

Nisa Liberec – přes čtyři miliony zákazníků

Obchodní centrum Nisa Liberec vloni navštívilo 4 154 142 zákazníků. „Průměrná denní návštěvnost Nisy Liberec činila loni 11 388 lidí, což je vynikající výsledek ve srovnání s obdobnými obchodními centry,“ uvádí Renáta Kodadová, tisková mluvčí společnosti ING Real Estate Development. Obchodní centrum Nisa Liberec v současné době prochází rekonstrukcí. Nyní disponuje 30 tisíci m² obchodní plochy a 1200 parkovacími místy. Po rozšíření budou mít návštěvníci k dispozici téměř 50 tisíc m² obchodní plochy, přes 1800 parkovacích míst, 150 obchodů, restaurace, kavárny a multikino s 8 promítacími sály a více než 1200 sedadly. Slavnostní otevření nové Nisy Liberec se plánuje ve 3. čtvrtletí roku 2008. Návštěvnost by se měla zvýšit zhruba o 30 %.

Tržby společnosti Metro loni stouply o 7,5 procenta

Největší německá maloobchodní společnost Metro v loňském roce zvýšila tržby o 7,5 % na 60 mld. eur díky akvizicím. Firma, která v ČR provozuje velkoobchody Makro, také potvrdila, že za loňský rok počítá s nárůstem zisku o 5 až 8 %. V samotném 4. čtvrtletí tržby stouply o více než 10 % na 18,4 mld. eur díky silné vánoční poptávce a převzetí německých obchodů americké společnosti Wal-Mart. Bez zahrnutí akvizice prodejen Wal-Mart stouply čtvrtletní tržby o 7,2 %. V samotném Německu se zvýšily pouze o 3,2 %, zatímco v zahraničí vzrostly o 11,7 %. „Obchodní vývoj ve 4. čtvrtletí byl v souladu s naším očekáváním,“ tvrdí generální ředitel Hans-Joachim Körber. Silný růst ve 4. čtvrtletí podle firmy vykázaly prodejny elektroniky Media Markt a Saturn i velkoobchodní divize Cash & Carry.

Společnost ve čtvrtletí otevřela 32 nových prodejen Media Markt a Saturn, z toho 24 v zahraničí. Divize Cash & Carry otevřela 24 obchodů, z toho 22 v zahraničí.

Vítězná bitva o značku

Společnost Hamé vyhrála soudní spor o používání ochranné známky Májka ve Slovenské republice. Jedním z případů porušování ochranné známky Májka je nekalostně soutěžní jednání společnosti R.S.K. z Rimavské Soboty v SR, která uváděla na tamější trh výrobek pod názvem Májka – RISO. Spor trvající téměř pět let rozhodl Krajský soud v Banské Bystrici ve prospěch společnosti Hamé a nařídil společnosti R.S.K. zdržet se používání zaměnitelného označení pro stejné anebo podobné výrobky, pro které je mezinárodní ochranná známka Májka společností Hamé zapsaná. Zároveň soud nařídil ukončení prodeje výrobku pod názvem Májka – RISO. Rozhodl také o zaplacení 200 tisíc Sk a veřejnou omluvu v celostátních periodikách za porušování práv společnosti Hamé.

Aldi – více podpory non-foodu

Obchodní společnost Aldi Nord přistupuje ve Španělsku k navýšení podpory nepotravinářských produktů. Ve svých 150 prodejních místech diskontér rozšířil speciální nabídky i na soboty. Zintenzivnil tak promoce, které pravidelně probíhají každou středu. Aldi využívá střední promoce ve většině zemí, ve kterých působí.

WWW.INCHEBA.CZ

**APETIT PRAHA
2007**
1. ROČNÍK GASTRONOMICKÉ VÝSTAVY

15. - 18. 2. 2007
VÝSTAVIŠTĚ INCHEBA EXPO Praha - HOLEŠOVICE

Otevírací doba: čt, pá 10⁰⁰ - 18⁰⁰ hod, so 9⁰⁰ - 18⁰⁰ hod

Semifinále a finále soutěže Mistr kávy 2006 - 16. - 18. 2. 2007

Mistr kávy 2006



Makro – pozitivní hodnocení změn

Velkoobchodní společnost Makro Cash & Carry ČR i zákazníci hodnotí loňské zavedení nových obchodních podmínek a úpravu velkoobchodů jako úspěšné. „Věříme, že všechny uskutečněné změny pomohou ke zdokonalování naší péče o 750 tisíc aktivních profesionálních zákazníků u nás nakupujících. Naše dosavadní zákaznické průzkumy nás utvrzují v tom, že jsme vykročili správným směrem. Nejlépe je hodnocena úprava sortimentu, rozšířené poradenství, vyhrazená otevírací doba pro klíčové zákazníky a fakt, že úpravy zkrátily čekací dobu u pokladen. Dalším pozitivním ukazatelem je nárůst tržeb, které za rok 2006 dosáhly 38,3 mld. Kč,“ říká Stanislav Novotný, marketingový manažer Makro, a dodává, „letos očekáváme nárůst počtu nových registrací v důsledku vzniku nových podnikatelských subjektů, a to přibližně o 20 tisíc.“

Hasiči budou kontrolovat obchodní řetězce

Jihomoravské obchodní řetězce čekají letos důkladné kontroly hasičů. Především se zaměří na to, zda jsou průchodné únikové východy. Za pochybení v tomto směru hrozí provozovatelům obchodních domů až milionová pokuta, řekl Jiří Pelikán z vedení jihomoravského hasičského sboru. Zdůraznil, že hasiči mají v regionu s obchodními domy rozporuplné zkušenosti. „Pokud ohlásíme, že za týden přijdeme na kontrolu, je pak při naší návštěvě všechno vzorné. Při běžné návštěvě nákupních center je ale vše jinak,“ tvrdí.

Intersport usiluje o vedoucí pozici na trhu

Intersport, mezinárodní obchodní organizace se zaměřením na sportovní zboží, si dala za cíl získat do roku 2010 vedoucí pozici na českém trhu. Oznámila to mateřská společnost Intersport Österreich, která je v rámci Intersport International Corporation, působící ve 33 zemích světa, držitelkou licence pro Česko, Slovensko a Maďarsko.

V hlavním městě navíc otevře v březnu prodejnu s nejrozsáhlejším sortimentem sportovního zboží u nás. Nabídka zákazníkům zahrnuje kompletní sortiment sportovního zboží světových značek i exkluzivní privátní značky Intersport. Prodejní plocha každého obchodu činí v průměru přibližně 1000 m². Počet zaměstnanců dosahuje podle velikosti prodejen až 35 osob. Jednotlivé obchody vedou franšízanti z České republiky a Rakouska.



SZPI stáhla z trhu přípravky Libidfit

Státní zemědělská a potravinářská inspekce (SZPI) nařídila olomoucké společnosti Big Dream stáhnout z prodeje preparát Libidfit Originál. Potravinový doplněk na podporu potence obsahoval vysoký obsah acetildenaflu, který může mít negativní vliv na zdraví. V polovině minulého roku stáhla inspekce z trhu obdobný potravinový doplněk s názvem Sensimaxx Originál. Do ČR ho dovezla společnost Sensimaxx Praha. Preparát obsahoval také acetildenaflu a byl distribuován především prostřednictvím sexshopů.

Spokojený zákazník Moravskoslezského kraje

Dne 18. ledna 2007 byla v Ostravě slavnostně předána podnikatelským subjektům z Moravskoslezského kraje ocenění Sdružení českých spotřebitelů (SČS) Spokojený zákazník. Firma, která toto ocenění udělovane na dva roky získá, trvale poskytuje služby v oboru svého podnikání v souladu s očekáváním spotřebitele.

Mezi oceněnými za rok 2006 jsou například společnosti: Alfa Computer CZ, Daniela Moda, Sedia Prokop & Chodura, K & K Pneu, Makovec, Lenka Pastorková, Vlastibor Konečný, IR-Progres, Květinářství Slunečnice a Ostrov her.

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

Akvizice brazilského Mercúria

Společnost TNT získala 100% podíl ve společnosti Expresso Mercúrio S.A. (Mercúrio), největším brazilském domácím expresním přepravci zásilek. Tato akvizice zajišťuje TNT ideální platformu pro další rozvoj integrované sítě expresní silniční přepravy v Jižní Americe. Finanční podrobnosti transakce nebyly zveřejněny. Mercúrio má na brazilském trhu expresní přepravy vedoucí pozici a udržuje si 15% tržní podíl. Výnosy této firmy za rok 2006 se očekávají ve výši 190 mil. eur.

Společnost vybudovala největší vlastní síť v jižní a jihovýchodní Brazílii, která propojuje 3300 měst a od roku 2004 se rozšiřuje dále na severovýchod.

Grüne Woche a KlasA

Potraviny oceněné národní značkou kvality KlasA budou od 19. do 28. ledna reprezentovat Českou republiku na potravinářském a zemědělském veletrhu Grüne Woche.

Ve společné expozici Státního zemědělského intervenčního fondu a Ministerstva zemědělství ČR se představí celkem 14 producentů kvalitních tuzemských potravin oceněných touto značkou. Stánek o rozloze 117 m² bude mít klasickou koncepci – po obvodu stánku budou rozmístěny vitríny a chladicí pulty, ve kterých si lze prohlédnout oceněné výrobky. Mezi nimi návštěvníci najdou ochutnávkové pulty, kde bude možné potraviny se značkou KlasA okusit.

Zemřel Rudolf August Oetker

Jedna z největších postav německého podnikání od druhé světové války Rudolf August Oetker zemřel 16. ledna v Hamburku ve věku 90 let. Informovala o tom společnost Dr. Oetker, žádné další detaily však neposkytla.

R. A. Oetkerovi se podařilo vytvořit z rodinné firmy zaměřené na prodej prášku do pečiva velkou potravinářskou společnost. Časopis Forbes loni odhadl, že hodnota majetku Oetkera a jeho rodiny činí 8 mld. dolarů.

Migros bohatší o Denner

Šéf švýcarského diskontního řetězce Denner Philippe Gaydoul prodává většinu svého podniku jedničce švýcarského maloobchodu, společnosti Migros. „Po letech silného růstu se Denner cítí být pod tlakem neustálé rostoucích mezinárodních provokací, které mu znesnadňují jakékoli další kroky, pokud by je měl činit osamoceně. Migros pro nás bude ideálním strategickým partnerem,“ komentuje Gaydoul své rozhodnutí prodat 70 % kapitálu právě maloobchodu Migros. Zbývajících 30 % si ponechá Gaydoul Holding.