

line REGAL

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 36/07, 23. 10. 2007

Výsledky GE Money Multiservis Obchodník roku 2007

Jak jsme již informovali, 10. října byly ve Slovanském domě v Praze vyhlášeny výsledky jubilejního pátého ročníku ocenění GE Money Multiservis Obchodník roku. Absolutním vítězem se stalo Tesco, které rovněž získalo titul Hypermarket roku 2007 a zvítězilo i v kategorii Professional, kde o výsledcích rozhoduje průzkum zadávaný časopisem Regal. V jeho rámci bylo osloveno 210 manažerů odpovědných za marketing a komunikaci s obchodními partnery (obchodními řetězci a nezávislým maloobchodem). Cenu veřejnosti, která byla udělena na základě internetového a SMS hlasování, získala společnost Lidl. Ta zvítězila i v oborové kategorii Diskont roku. O hlasování v rámci Ceny veřejnosti měli letos čeští spotřebitelé mimořádný zájem, o čemž svědčí rekordní počet 591 tisíc udělených známek. Výsledky 11 oborových kategorií byly určeny pomocí expertního marketingového průzkumu agentury Incoma Research, který byl v průběhu srpna a září proveden na reprezentativním vzorku české populace ve věku 15 až 79 let. Do výběru absolutního vítěze se promítly všechny tři formy hodnocení obchodníků – průzkum agentury Incoma, průzkum mezi manažery a hlasování veřejnosti.

GE Money Multiservis Obchodník roku 2007 Professional

1. Tesco
2. IKEA
3. Lidl
4. Makro
5. Delvita
6. Kaufland
7. Bauhaus
8. OBI
9. Electro World
10. Billa

GE Money Multiservis Obchodník roku 2007 Cena veřejnosti

1. Lidl
2. Datart
3. Penny Market
4. C&A
5. IKEA
6. OBI
7. Shell
8. Kaufland
9. Baťa
10. Hornbach

Absolutní vítěz

GE Money Multiservis Obchodník roku 2007

Tesco

Oborové kategorie

GE Money Multiservis Hypermarket roku 2007

1. Tesco, 2. Kaufland, 3. Hypernova

GE Money Multiservis Supermarket roku 2007

1. Albert, 2. Tesco, 3. Billa

GE Money Multiservis Diskont roku 2007

1. Lidl, 2. Penny Market, 3. Plus

GE Money Multiservis Prodejce drogistického zboží roku 2007

1. TETA, 2. Rossmann, 3. dm drogerie markt

GE Money Multiservis Hobbymarket roku 2007

1. OBI, 2. bauMax, 3. Hornbach

GE Money Multiservis Prodejce elektro roku 2007

1. Electro World, 2. OKAY, 3. Datart

GE Money Multiservis Prodejce nábytku roku 2007

1. IKEA, 2. Asko, 3. Sconto

GE Money Multiservis Prodejce textilu roku 2007

1. OP Prostějov, 2. Kenvelo, 3. Adidas

GE Money Multiservis Prodejce obuvi roku 2007

1. Baťa, 2. Adidas, 3. Deichmann

GE Money Multiservis Čerpací stanice roku 2007

1. Benzina, 2. Shell, 3. OMV

GE Money Multiservis Internetový obchod roku 2007

1. Vltava Stores, 2. Internet Mall,
3. Eurocomm Group

Potravináři ze SZ Anglie hledají partnery

Obchodní oddělení Britského velvyslanectví v Praze společně s regionální britskou rozvojovou agenturou Northwest pořádají prezentaci britských potravinářských firem ze severozápadní Anglie. Ve středu 31. října od 10 do 16 hod. v pražském andel's hotelu ve Stroupežnického ulici představí svoje výrobky (např. cukrovinky, nealko nápoje, japonské, indické a další exotické speciality) společnosti The Fudge Factory, William Santus & Co., New Samsi Limited, Vimto International, Minara Foods Limited a MA Quality Foods. Jejich zástupci deklarují zájem o navázání obchodních vztahů na českém trhu. Více informací mohou zájemci získat na následujících e-mailových adresách: zuzana.nagyova@fco.gov.uk nebo helena.meskova@fco.gov.uk.

GE Money Multiservis



Obchodník roku 2007

GE Money Multiservis Obchodník roku 2007 je ocenění, které získávají ti nejlepší obchodníci v ČR. Plní funkci barometru maloobchodu, který pomáhá zákazníkům v lepší orientaci a rozhodování mezi jednotlivými obchody. Zároveň je užitečným nástrojem komunikace samotných obchodníků – úspěch v ocenění je dobrým signálem nejen pro zákazníky, ale i zaměstnance a obchodní partnery.

Více informací o soutěži na www.obchodnik-roku.cz



V 10. ČÍSLE MĚSÍČNÍKU REGAL

MIMO JINÉ NAJDETE:

- Soutěž Obchodník roku 2007
- Vize 2020
- Exotické a luxusní potraviny

Regal 10/2007 vyšel 10. října

Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Tesco otevře prodejny v USA

Britské Tesco potvrdilo, že 8. listopadu otevře první obchody Fresh & Easy ve Spojených státech. Šest prodejen se bude nacházet v okresech Los Angeles, Orange, Riverside a San Bernardino. CEO Tim Mason doplňuje: „Po období velkého očekávání jsme nadšeni, že otvíráme dveře občanům v Jižní Kalifornii a nabídneme jim čerstvé, zdravé a prospěšné potraviny za dostupné ceny.“

Puma představila fotbalové dresy

Za účasti reprezentačních trenérů Köbi Kuhna a Josefa Hickersbergera, a také několika hráčů reprezentačních týmů obou zemí, představila firma Puma dresy švýcarské a rakouské fotbalové reprezentace pro zápasy mimo domácí trávník. V nových dresech, jež společnost navrhla ve spolupráci se švýcarskou (SFV) a rakouskou (ÖFB) fotbalovou federací, hráli oba týmy poprvé při přátelském utkání, které se konalo 13. října na stadionu Letzigrund. Tričko je součástí řady Puma v-Speed, jejíž celosvětová premiéra se uskuteční v lednu 2008.

Do Prahy přichází Fashion Arena

Fashion Arena, první pražské outletové centrum, bude v Praze 15 - Štěrboholicích otevřena 15. listopadu ve 12 hodin. Fashion Arena je novým názvem pro dřívější Prague Outlet Center, vybraným s cílem jednoznačně vystihnout jeho zaměření a zdůraznit jeho osobitost. Odráží jak netradiční tvar outletového centra, opravdu připomínající arénu, tak jeho orientaci především na módu. Centrum nabídne v 1. fázi 70 maloobchodních jednotek, 10 restaurací, kaváren a provozoven rychlého občerstvení, parkoviště, dětské hřiště i vnější prostory pro vánoční trhy, koncerty apod. Graham Coxhead, ředitel společnosti LMS Outlets, dodává: „Jako průkopníky outletového centra nejvyšší kvality v České republice nás velmi těší, s jakým zájmem se Fashion Arena setkává. Očekáváme, že ke dni otevření budeme mít pronajato 70 % maloobchodních jednotek.“



Vánoce, Albert a Bertíci

Stejně jako loni bude i letos již poosmé ve všech prodejnách Albert probíhat vánoční charitativní kampaň S Bertíkem za dětským úsměvem. „Rozhodli jsme se nahradit tradiční vánoční kampaň podporou této sbírky,“ říká Libor Kytýr, ředitel komunikace společnosti Ahold Czech Republic. Samotná vánoční kampaň a výzdoba prodejen Albert bude probíhat od 5. listopadu, tedy až po Dušičkách. „Výzdobu našich prodejen plánujeme v čase, kdy již zákazníci očekávají vánoční atmosféru. Některé jiné obchody bývají vánočně vyzdobeny již v době, kdy lidé myslí především na zazimování chat a chalup a kdy se připravují na Dušičky,“ dodává s tím, že nabídku čokoládových cukrovinek a další mikulášský sortiment mohou zákazníci v prodejnách Albert pořídit již od října.

Společnost dm i nadále s agenturou Privilege PR

Kompletní servis v oblasti produktového a korporátního PR bude pro společnost dm drogerie markt i nadále zajišťovat agentura Privilege PR. Spolupráci pro další obchodní rok potvrdilo výběrové řízení, které společnost dm pravidelně každoročně vyhlašuje. Síť drogerií dm drogerie markt zahájila aktivní komunikaci s médii v roce 2005 na své první tiskové konferenci pořádané právě zmiňovanou agenturou.

Dm také oznámila, že v rámci právě ukončené kampaně 15 let dm v ČR bylo shromážděno 2 910 520 Kč, které získá 119 mateřských škol na nákup hraček. Součástí kampaně byla i SMS soutěž o 150 nákupů zdarma týdně. Soutěžící zákazníci získali nákupy v hodnotě téměř jednoho milionu korun.



Absolut elements vyrážejí na Absolut exhibition

Vybraná díla ze soutěže Absolut elements budou v průběhu měsíce října vystavena ve čtyřech českých a moravských městech. Tour pod názvem Absolut exhibition se zastaví od 10. října každou středu postupně v Plzni, Brně, Pardubicích a bude zakončena 31. října ve Zlíně. V každém městě byl vybrán klub, ve kterém proběhne vernisáž deseti finálových prací. Některé budou prezentovány ukázkou už zpracovaného návrhu, jiné fotografickým modelem a doplňujícím textem.

Category Management 2007

Maloobchodní trh prochází v globálním i národním měřítku další etapou konsolidace. Řada výrobních i obchodních firem si proto klade otázku, jak dál. Ambicí konference Category Management 2007, konané 21. listopadu v Top Hotelu Praha, je přispět k zodpovězení této otázky za pomoci expertních vystoupení, případových studií i panelové diskuse. Klíčovým řečníkem bude Stephen Needel, managing partner společnosti Advanced Simulation. Na příkladech ze severoamerického trhu představí pragmatický přístup ke category managementu, založený na vysoce efektivním řešení dílčích problémů a využívání reálných krátkodobých tržních příležitostí. Obdobně laděna budou i vystoupení Aholdu a dvou klíčových dodavatelů – Pražských pivovarů a Kofoly. Podrobnější informace o programu konference lze získat na www.categorymanagement.cz, kde je možné se i registrovat on-line.

Coca-Cola a illy – společný podnik

Společnosti Coca-Cola a illycaffè oznámily, že podepsaly dohodu o založení globálního společného podniku, který se zaměří na segment ready-to-drink (RTD) kávy, tedy hotového baleného nápoje. Využije odborné znalosti společnosti illy v oboru umění přípravy kávy espresso a zaměří se na využívání příležitosti v této vysoce růstové a ziskové nápojové kategorii prostřednictvím nových značek a produktů. Konečné podrobnosti ohledně značek a distribuce zatím nebyly uvedeny, obě strany však očekávají podepsání finálních smluv o společném podniku do konce roku 2007.

Nejnebezpečnější jsou hračky

V průběhu letošního léta přinášela média zprávy o stahování výrobků z trhů zemí Evropské unie a upozorňovala na bezpečnostní aspekty těchto výrobků, zejména pak těch vyrobených v Číně. Jak ukazuje analýza advokátní kanceláře Lovells o počtu oznámení o nebezpečných výrobcích v rámci EU, tato čísla dosahují rekordního počtu. K 1. říjnu byl počet týdenních oznámení o nebezpečných výrobcích na území celé EU vyšší o 43 % oproti průměru za rok 2006. Průměrný počet týdenních oznámení nebezpečných výrobků převyšuje 25. Zdaleka nejčastěji stahovanými výrobky byly výrobky pocházející z Číny, jichž se týkalo 48 % všech oznámení dosud vydaných v letošním roce. Od ledna 2007 do konce září se nejvíce oznámení týkalo hraček, jež představovaly přibližně 35 % všech výrobků stažených z trhu EU.

Synovate Censydiam je interaktivní

Synovate Censydiam, věnující se mapování podvědomé motivace zákazníka a nákupního chování, začal využívat interaktivní nástroje pro Censydiam výzkumné řešení. Herman Toch, CEO Synovate Censydiam, říká, že se jeho podstata posouvá za tradiční metody výzkumu: „Tradiční přístup nám dobře sloužil, nyní je však čas zahrnout digitální svět a obohatit naše současné metody o novou technologii. Je to krok, který je ve zkoumání psychiky zákazníka on-line metodou jedinečný.“ Zdůrazňuje, že cílem Synovate Censydiam je posunout výzkum o úroveň výš pomocí spolupráce s klienty při rozvoji jejich marketingové strategie. „Nechceme pouze vytvářet úžasná nahlédnutí do mysli zákazníka, chceme je také využít ve prospěch klienta,“ dodává.

TV reklama pomáhá u růstu ceny

Televizní reklama snižuje negativní reakce na cenové změny. Zjistil to americký pilotní výzkum Apollo, jenž pracuje jak s daty o sledovanosti televize, tak i s výzkumem o spotřebním chování domácností. Apollo zjistil, že u lidí, kteří jsou v kategorii „největší nakupovači“, dokáže zmírnit negativní reakce na

(Pokračování na stránce 3)

Stabilo podporuje Školní mléko

Stabilo, značka potřeb pro psaní, zvýrazňování a kreslení, se letos poprvé stala partnerem projektu zdravé výživy Školní mléko. K pití mléka jsou děti motivovány odměnami, které Stabilo věnovalo do soutěže Mlékonto. Pro jednotlivce jsou určeny pera Stabilo's move easy a pro školy kreslicí program do družiny Stabilo. Akci Mléčné konto pořádá obecně prospěšná společnost Laktea, která iniciovala obnovení programu Školní mléko již v polovině devadesátých let. Soutěž je určena jednotlivcům i školám, které odebírají dotované školní mléko a sbírají body za kódy z krabiček pro svá Mlékonta (více informací na www.skolnimleko.cz).



Retailové portfolio CPI Group refinancováno

Německá banka Hypo Real Estate Bank International refinancovala retailové portfolio české investiční a developerské skupiny CPI Group v ČR a SR. Refinancování se týká 13 hypermarketů, které provozují společnosti Ahold, Tesco a Interspar a jejichž celková plocha tvoří 79 tisíc m². Portfolio hypermarketů bylo refinancováno částkou přesahující 89 mil. eur. CPI Group připravuje realizaci dalších hypermarketů, přičemž se i nadále soustředí na středně velká regionální města ČR a SR. Developer navíc hodlá obchodní plochu hypermarketů rozšířit o tzv. retail parky, které by sortiment hypermarketů doplnily o módu, nábytek, elektroniku nebo drogistické zboží. První retail park bude otevřen ještě do konce tohoto roku v Třinci. V příštím roce se obchodní zóny objeví v sousedství hypermarketů ve Vyškově, v Prostějově a v Českém Těšíně.

Nové distribuční centrum v Choustníku

Dne 10. října proběhlo v prostorách výrobního areálu společnosti Intersnack v Choustníku u Tábora slavnostní otevření nového distribučního centra. Cílem investice je zlepšení a rozšíření servisních a logistických služeb zákazníkům. Stavba byla zahájena 16. dubna, do provozu byla uvedena 1. října a slavnostní otevření proběhlo 10. října. Nové centrum je přímo spojeno s výrobní halou pomocí pásových a spirálových dopravníků uložených ve spojovacím krčku. Základní přepravovanou jednotkou je obchodní balení.

„Nové logistické centrum nám pomůže obsloužit rychleji a kvalitněji naše zákazníky a současně zvýší efektivitu logistických služeb,“ říká obchodní ředitel společnosti Intersnack Stanislav Potěšil. Konstrukce budovy je řešena jako ocelový skelet, který je dimenzovaný na předepsané statické zatížení a požární odolnost s obvodovým tepelně izolačním sendvičovým pláštěm. Celková skladová kapacita je 5600 ks palet. Zastavěná plocha je 5640 m² a výška budovy je 12,5 metru.



Retail in Detail/Convenience

Více než stovka účastníků 9. konference ze série Retail in Detail dne 10. října v pražském andel's hotelu intenzivně diskutovala o problematice Retail & Convenience z různých úhlů pohledu. Účastníci se shodli, že convenience bude v této fázi vývoje trhu jedním z klíčových témat a bude plně reflektovat vývoj nákupního chování a jeho diferenciaci nejen podle různých typů zákazníků, ale též podle odlišných nákupních situací. Konference se vyznačovala zaujatou diskusí, v jejímž rámci nejvíce excelovali analytici (viz vstupy Zdeňka Skály z Incoma Research a Magdy Jímné z GfK Polonia) a zejména pak klíčoví obchodníci (Tomáš Zanáška z Makro Cash & Carry ČR a šéf nového convenience formátu Tesco Express Ivan Styk).

Projekt Fér rande s Fair Trade

Společnost Excellent Plzeň připravila netradiční projekt Fér rande, který spojuje trend seznamování s podporou hnutí Fair Trade. Akce vychází z modelu tzv. rychlého rande, kdy mají nezadaní možnost se seznámit hned s více protějšky najednou. Vychází vstříc lidem, kteří nemají čas či možnost dostat se do prostředí, kde by se mohli seznámit, i těm, kdo mají obavy ze seznamovacích schůzek naslepo. K tomu přidává navíc multikulturní program, při němž se účastníci dozvědí něco o rozvojové problematice a Fair Trade. Součástí večera budou rovněž ochutnávky výrobků Fair Trade. Fér rande se budou konat v Praze a v Plzni, do konce roku se počítá s osmi setkáními.

(Pokračování ze stránky 2)

oblíbené zboží právě televizní reklama. Do konce stačí, aby kategorie těchto lidí viděla pouze jeden nebo dva reklamní spoty a už se jejich negativní reakce na cenové zvýšení zmírňuje.

Slovensko čeká rekordní odbyt

Pivovar Zubr letos významně navýšil prodej piva na Slovensku. Zatímco běžně vyveze k sousedům do 30 tisíc hl piva ročně, letos do konce září se prodalo už 35 tisíc hl a poptávka v SR dále roste. Podle vyjádření vedení pivovaru se očekává, že odbyt Zubra na tamním trhu letos dosáhne rekordních 40 tisíc hl. „Ke slovenskému trhu přistupujeme stejně jako k domácímu. Intenzivně se věnujeme nejen obchodu a distribuci, ale také servisním službám a marketingové podpoře značky,“ informoval ředitel pivovaru Zubr Pavel Svoboda.

Budweiser Budvar v Bulharsku

Společnost Carlsberg Bulgaria, součást skupiny Carlsberg Breweries, obohatila svou nabídku a zahájila distribuci originálního českého importovaného ležáku Budweiser Budvar. Alexander Grancharov, generální ředitel Carlsberg Bulgaria, ke spolupráci poznamenává: „Jsme velmi hrdí na to, že nyní máme v nabídce tak slavnou značku, jakou je Budweiser Budvar. Velmi významně to pomůže v našem úsilí nabízet bulharským zákazníkům významné prémiové značky piva, které se vyrábějí tradičním způsobem a představují původní kvalitu.“

Personálie

- Pekárenská skupina United Bakeries posílila marketingové oddělení o dva brand manažery. Značky Odkolek, Ben a ToastTip převzala Kamila van der Sluis, absolventka oborů marketing a management a poradenství v obchodě a službách na OPF Slezské Univerzity. Působila mimo jiné na pozicích product manager v Jitoně a marketing manager ve firmě Jungheinrich. Ondřej Koniček, který absolvoval VŠE v Praze, obor podniková ekonomika, management a marketing, má na starosti značky Delta, Cerea a Vitalita Style. V minulosti pracoval mimo jiné jako product manager ve firmě Dr. Oetker.

- Lukáš Semerák a Vladimíra Šlegrová, kteří dosud působili ve vrcholných manažerských pozicích realitní skupiny Sekyra Group, založili realitní společnost S.P.I. Holdings. Lukáš Semerák je předsedou a Vladimíra Šlegrová místopředsedkyní představenstva společnosti firmy, která se zaměřuje na realitní podnikání a investice v Praze a zejména v regionech České republiky a Slovenska a na dlouhodobé investice do nemovitostí.