

REGAL *line*

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 37/07, 30. 10. 2007

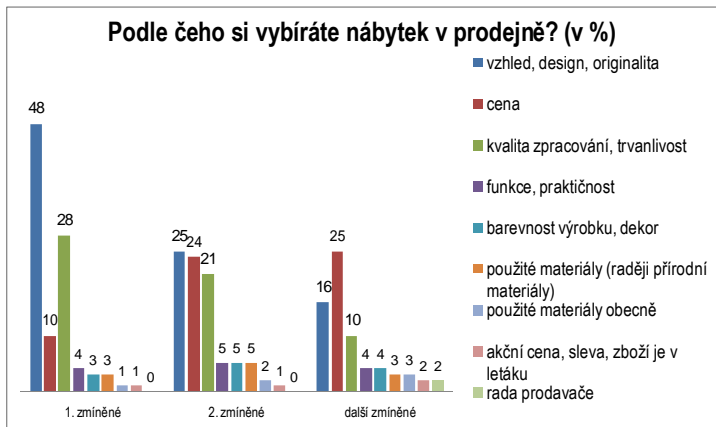
Furniture & Home equipment 2007

Rostoucí poptávka po nábytku a bytových doplňcích má svou odezvu u maloobchodníků. Prodejní nábytku u nás rychle přibývá a na český trh v poslední době vstoupily velké nábytkářské řetězce jako Jysk, Kika nebo XXXLutz. Další nábytkáři (slovinšská Lesnina nebo polský Almi Decor) se na vstup na český trh připravují.

Velkoplošné nábytkářské prodejny jsou také velmi oblíbené mezi nakupujícími. Podle studie Furniture & Home equipment 2007, realizované společností Incoma Research a GfK Praha, je celkově preferuje téměř polovina nakupujících, menší prodejny vyhledává asi čtvrtina z nich. Preference pro velkoplošné nábytkářské prodejny jsou obzvláště silné ve velkých městech, kde jsou pro nakupující nejdostupnější, např. v Praze je upřednostňují tři čtvrtiny nakupujících.

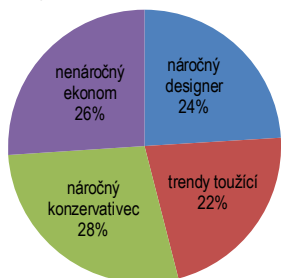
Dá se čekat, že s pokračující expanzí řetězců obliba velkoplošných prodejen s nábytkem ještě poroste a velcí hráči budou získávat tržní pozici na úkor menších prodejců. V současné době je ale stále trh s nábytkem relativně roztržštěný a v zemi je více než 2000 maloobchodních prodejen s nábytkem a doplňky. Také obrat velkých hráčů představuje zatím „jen“ třetinu velikosti trhu, ale koncentrace trhu se pravděpodobně bude zvyšovat. Mezi nejnavštěvovanější prodejny s nabídkou nábytku a bytových doplňků patří IKEA, kterou navštívilo 62 % všech dotazovaných. Silnou pozici mají také OBI, Asko, bauMax, Europa Möbel a Jysk.

Nábytek nebo bytové doplňky nakoupila v posledních třech letech polovina českých domácností. Nakupující jsou typicky lidé ve věku od 26 do 45 let a jsou to spíše ti s průměrným nebo nadprůměrným příjmem. To je také důvod, proč je při výběru zboží větší důraz kladen na kvalitu nábytku, jeho zpracování a design před cenou, která je nejdůležitějším kritériem pouze pro 25 % dotazovaných. Podle nákupních zvyklostí a chování lze definovat čtyři základní skupiny zákazníků, mezi nimiž mírně převažují nároční nakupující (nároční designér a nároční konzervativce), kteří kladou důraz na kvalitu a design nábytku. Menší část nakupujících je cenově citlivější, i když pro mladé nakupující s omezeným rozpočtem (trendy toužící) je vyšší cena u nábytku, který se jim líbí, spíše bariérou – nízká cena zboží s nižší kvalitou je však k nákupu příliš nemotivuje.



Zdroj: Incoma Research a GfK Praha, Furniture & Home equipment 2007

Typy nakupujících podle nákupního chování



Zdroj: Incoma Research a GfK Praha, Furniture & Home equipment 2007

Nakupující jsou typicky lidé ve věku od 26 do 45 let a jsou to spíše ti s průměrným nebo nadprůměrným příjmem. To je také důvod, proč je při výběru zboží větší důraz kladen na kvalitu nábytku, jeho zpracování a design před cenou, která je nejdůležitějším kritériem pouze pro 25 % dotazovaných. Podle nákupních zvyklostí a chování lze definovat čtyři základní skupiny zákazníků, mezi nimiž mírně převažují nároční nakupující (nároční designér a nároční konzervativce), kteří kladou důraz na kvalitu a design nábytku. Menší část nakupujících je cenově citlivější, i když pro mladé nakupující s omezeným rozpočtem (trendy toužící) je vyšší cena u nábytku, který se jim líbí, spíše bariérou – nízká cena zboží s nižší kvalitou je však k nákupu příliš nemotivuje.

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

Pivovary jednájí o nabídce

Evropské pivovary Carlsberg a Heineken oznámily, že jednájí o společné nabídce na převzetí konkurenta Scottish and Newcastle (S&N), jehož tržní hodnota se nyní pohybuje kolem 7,2 mld. eur.

Za nejpravděpodobnějšího uchazeče je označován dánský Carlsberg, se kterým S&N provozuje společný podnik Baltic Beverages Holding (BBH). Ten působí ve východní Evropě a v Rusku.

Carlsberg by v rámci společné nabídky s nizozemským Heinekenem ovládl celý podnik BBH a získal aktivity S&N ve Francii a Řecku. Heineken by případně aktivity v Británii a ostatních evropských zemích.

MDD Expo 2008

Další ročník obchodního veletrhu privátních značek MDD Expo proběhne v pařížském Porte de Versailles ve dnech 26. a 27. března 2008. Vedle potravinářských sektorů (potraviny, mléčné, mražené a masné výrobky) bude nyní prezentována i nabídka nepotravinářského zboží. Organizátoři uvádějí, že rezervováno je již 80 % stánků.

OC v Břeclavi financuje Immoconsult

Téměř 222 mil. Kč dosáhnou náklady na vybudování obchodního centra Břeclav, které se začalo stavět v severní části města, 2,6 km od centra. Projekt financuje společnost Immoconsult Leasing Czechia formou finančního leasingu s dobou financování 15 let. Developerem je Aventin, firma patřící do rakouské skupiny Roberta Manga. OC bude uvedeno do provozu od jara příštího roku. Na prodejní ploše 8300 m² budou mít zákazníci k dispozici několik obchodních jednotek o velikosti od 150 po 1150 m². Spotřebitelé tam naleznou sortiment zboží od elektrospotřebičů a nábytku přes textil, obuv a sportovní potřeby až po prodejnu pro domácí mazlíčky a drogerii, nebude chybět ani kavárna a občerstvení. K dispozici bude 320 parkovacích míst.

Nákupní centrum Palladium Praha je otevřeno

Slavnostní otevření prestižního komplexu Palladium na náměstí Republiky v centru Prahy se uskutečnilo 25. října. Po odpoledním programu pro veřejnost vstoupili první návštěvníci do Palladia, resp. 170 obchodů a 30 restaurací, barů a kaváren na pěti podlažích, ve 22 hodin. Developerem komplexu Palladium byla společnost European Property Development (EPD). Stavba byla zahájena v květnu 2005, komplex za zhruba 7 mld. Kč vyrostl na celkové ploše 115 tisíc m² a zahrnuje také kanceláře a veřejnou podzemní garáž s 900 parkovacími místy. Podle marketingové ředitelky společnosti EPD Veroniky Kozové byli nájemníci vybíráni tak, aby byly zahrnuty všechny cenové hladiny. Lidé tu tak naleznou obchody C&A, Reserved, Marks & Spencer, Camaieu, Sephora, Tom Tailor, Deichmann, Sportisimo, Tchibo, supermarket Albert nebo značkovou prodejnu Sony Ericsson (první ve střední a východní Evropě). Představují se tu i nová jména, jako např. italská módní značka Conbipel, estonský řetězec s módou Monton, švédská značka Marc O'Polo, britský Topshop či značka skupiny New Yorker Ann Christine. Nájmy se podle Veroniky Kozové blíží cenám v okolních ulicích, tedy 100 eur (2700 Kč) za metr čtvereční měsíčně. Záleží ale na sortimentu i velikosti obchodu, u supermarketu by to například bylo zhruba 20 eur za měsíc. Palladium bude soupeřit o zákazníky se zavedeným obchodním domem Kotva, který je od nového nákupního centra vzdálen jen pár desítek metrů.



Reprezentativní show room Gorenje

Na design orientovaný výrobce domácích spotřebičů, společnost Gorenje, otevřel v Praze naproti Vínohradskému pavilonu luxusní kuchyňské studio. Na ploše 250 m² si zde mohou zákazníci prohlédnout nejen poslední modely značkových kuchyní Gorenje, ale i kuchyňské spotřebiče. Nové kuchyňské studio nabízí také klidovou zónu pro sezení klientů s jejich architektky. Jeho důležitou součástí jsou vyškolení odborníci, kteří pomohou s návrhem kuchyně i spotřebičů, předvedou jejich funkce a poskytnou všechny potřebné informace.

Intersport rozšířil obchodní síť

Společnost Intersport Rakousko oznámila, že se stala stoprocentním vlastníkem prodejní sítě Drapa Sport. Intersport tak získal na českém trhu síť 16 nových prodejen se 300 zaměstnanců. V čele českého vedení budou stát jednatelé společnosti Daniel Mašek a Vít Podešva. Intersport Rakousko byla již od jara roku 2007 76% vlastníkem zmíněné společnosti. „Ještě do konce roku otevřeme v Čechách dvě nové prodejny, a to v Mladé Boleslavi a v Liberci. Další výrazný rozvoj obchodní sítě plánujeme i na rok 2008, kdy chceme otevřít nejméně tři nové prodejny. Expanzi plánujeme do Zlína, Pardubic a Mostu,“ dodává Vít Podešva.

Géčko a Electro World

Electro World slaví 5. výročí na českém trhu také tím, že začátkem října otevřel v Českých Budějovicích v pořadí již 15. obchod u nás. Nachází se v současně otevřeném Nákupním centru Géčko a jde o největší prodejnu elektrá v Jižních Čechách. Cílem bylo doplnit hypermarket Globus. „Skladba obchodů je koncipována tak, aby uspokojovala široké potřeby běžného návštěvníka, který nemá nakupování jako smysl života, na druhou stranu jej chápe jako nezbytnost a nákupy má zájem realizovat v jednom komplexu, jednoduše, efektivně, příjemně,“ shrnuje Alena Žahourová, zodpovědná za pronájem centra. Investorem Géčka je společnost Shopinvest, development projektu zajišťovala firma Reflecta Development.

Arena Plaza Mall v Budapešti

Arena Plaza Mall v Budapešti, projekt společnosti Plaza Centers, se blíží do finále. Otevření tohoto obchodně-zábavního centra je plánováno na 15. listopadu. Návštěvníkům nabídne mnoho obchodů světových i domácích značek, hypermarket, ale i zábavu a kulturní vyžití.

Mimo jiné zde budou zastoupeny značky Peek & Cloppenburg, Zara, Hervis, Electro World, H&M, C&A a některé nové maďarské značky. Dalším z důležitých nájemců je síť hypermarketů Tesco. Kromě restaurací a kaváren bude návštěvníkům k dispozici IT Cinema s 22 promítacími sály nebo trojrozměrné kino Imax 3D, první v Maďarsku. Arena Plaza Mall bude největším obchodním a zábavním centrem nejen v Budapešti, ale i v celé zemi a patří mezi největší v Evropě.

Coca-Cola má vyšší příjmy

Společnost Coca-Cola oznámila, že zisk na akcii ve třetím čtvrtletí vzrostl o 15 % na 0,71 dolaru. Čisté příjmy ve třetím čtvrtletí vzrostly o 19 % a objem prodeje jednotkových balení se celosvětově zvýšil o 6 %. V mezinárodním měřítku vzrostl objem jednotkových balení o 8 %, k čemuž přispěl zejména 6% růst značky Coca-Cola. Vyvážený růst objemu prodeje jednotkových balení u perlivých nápojů činil 4 %, u neperlivých nápojů 14 %. Firma pokračovala ve vytváření výrazných hotovostních příjmů. Od počátku vzrostly hotovostní příjmy z provozní činnosti o 18 %.

Wal-Mart překračuje „zelené“ plány

„Zelené“ iniciativy amerického Wal-Martu překračují plány. Nedávno tento retailový gigant překonal svůj plán do konce roku 2007 prodat 100 milionů kompaktních fluorescenčních žárovek. Kromě jiného napomohlo také to, že firma komunikovala jejich výhodu: V průměrném domě mohou zákazníci s jejich využitím ušetřit až 350 dolarů za rok. Podporou byly také žárovky tohoto typu pod privátní značkou Great Value, prodávané po čtyřech za cenu tří, dále možnost objednávky po internetu, včetně on-line kalkulačky na výpočet úspor, rozšíření prostoru v regálech, větší možnost výběru, instalace interaktivních displejů pro srovnání kvality a stylů atd.

Carlsberg bude prodávat v Dánsku

Skupina Carlsberg a Budějovický Budvar se dohodly na distribuci piva z českého pivovaru v Dánsku. Společnost House of Beer převezme distribuci od 1. ledna 2008. Obchodní spolupráce mezi oběma pivovary již probíhá ve Finsku, Chorvatsku, Švédsku, Srbsku, Bulharsku a také v Česku. Smlouva o spolupráci v Dánsku se týká rozšíření nabídky společnosti House of Beer o dva druhy piva z Budějovického Budvaru: světlého prémiového ležáku a tmavého ležáku.

Ceresit Stop vlhkosti: testery změní vlhkost

Podzimní marketingová podpora výrobku Ceresit Stop vlhkosti od společnosti Henkel ČR, divize Lepidla, propojí různé typy komunikačních kanálů s cílem zvýšit povědomí o produktu coby efektivním řešením problémů s nadměrnou vlhkostí obydlí. Součástí aktivit je distribuce jednorázových testerů na měření vlhkosti formou příbalů v časopisech a katalogích nebo prostřednictvím www.stop-vlhkosti.cz, kde je od 1. října připraven speciální formulář, který stačí vyplnit a zájemce ziská tester poštou. Testery jsou k dispozici i na promo akcích přímo v prodejnách. Ceresit Stop vlhkosti podpoří také letos již druhá vlna billboardové kampaně.

Začne se stavět Bořislavka

Na přelomu roku bude v prostoru mezi Evropskou třídou, Kladenskou a Liberijskou ulicí v Praze 6 zahájena stavba obchodního a kancelářského centra Bořislavka. Lidé zde budou moci nakupovat v supermarketu a stovce dalších obchodů a služeb. Nakupujícím bude k dispozici drogerie, knihkupectví, hračkářství, obchody se sportovním vybavením, obuví a módou. Chybět nebude ani rychločistírna, několik kaváren, restaurací, dětský koutek a také třípodlažní podzemní garáže, které poskytnou přibližně 800 parkovacích míst. To vše na čtyřech podlažích. Realizace přijde švédského investora, Ikano Group, na více než 1 mld. Kč a otevření se plánuje na rok 2009.

dm oslavila 15 let na trhu nejúspěšnějším rokem

Obrat společnosti dm drogerie markt v ČR se v obchodním roce 2006/2007 zvýšil o více než 26 % na téměř 3,2 mld. Kč, a tím vzrostl i její podíl na trhu specializovaných drogerií o 3,6 % na 19,6 % (zdroj: Nielsen). Gerhard Fischer, jednatel firmy, dodává: „Po 15 letech nemůže společnost ustrnout ve vývoji a musí se dále rozvíjet. V uplynulém obchodním roce bylo investováno do rozšiřování sítě prodejen, a to jak do zcela nových, tak do regenerací stávajících.“ V daném období bylo v ČR nově otevřeno devět



filiálek a devět ze stávajících bylo zregenerováno do nového designu. Celkový počet filiálek je nyní 123. Nastávající obchodní rok je ve znamení kvalitativní i kvantitativní expanze. Síť bude podle Jana Nussbauera, zodpovědného za resort expanze a materiálového hospodářství, rozšířena o téměř 30 prodejen. Na výstavbu nových prodejen a regenerace stávajících jsou plánovány investice ve výši 200 mil. Kč. Plocha centrálního skladu v Jihlavě, Červeném Kříži, bude v roce 2009 ve 2. etapě výstavby zvětšena o dalších 10 tisíc m².

Rajapack je na českém trhu

V září vstoupila na český trh společnost Rajapack, která je součástí mezinárodní mateřské firmy Raja Group a zabývá se zasiláním balicích materiálů. Její první katalog s titulkem Váš partner v balení! obsahuje 68 stran, nabízí 1400 produktů balicích materiálů a také doprovodné služby, včetně profesionálního poradenství. Zaručuje rychlé dodání zboží do 2 až 3 dnů, přičemž nabízí více než 100 produktů za výhodné ceny již od minimálního odběru. Deklaruje také nabídku 400 druhů kartonů skladem. Koncern Raja provozuje v současné době 4 logistická centra s více než 60 tisíci m² skladové plochy. V roce 2006 dosáhl obratu 185 mil. eur a eviduje více než 400 tisíc zákazníků.

Vlastní veletrh Lekkerlandu

Seznámit se s novými trendy a produkty v oblasti convenience nabídla společnost Lekkerland již druhým rokem tisícovce zákazníků a obchodních partnerů na veletrhu, který se konal 13. října v PVA Letňany. Osmdesát pět dodavatelů potravinářského i nepotravinářského zboží, tabákových výrobků a poprvé i dodavatelé čerstvého a mraženého sortimentu z ČR i ze zahraničí zde spolu s obchodními zástupci firmy informovali zákazníky o nových trendech a produktech v sortimentu. „Vlastní veletrh nám dává jedinečnou možnost setkat se s našimi zákazníky v neformální atmosféře a pobavit se s nimi o nejlepších strategiích, jak jim pomoci zvýšit jejich obrat,“ vysvětluje Michal Zapletal, ředitel prodeje v Lekkerlandu Česká republika.

Schenker koupila Spain-TIR

Logistická a spediční společnost Schenker plně převzala španělskou logistickou skupinu Spain-TIR, dodavatele pozemních přepravních služeb na Pyrenejském poloostrově.

„Spain-TIR má rozsáhlou síť ve Španělsku a Portugalsku a je tak ideálním příspěvkem do naší evropské sítě pozemní přepravy,“ doplňuje Hans-Jörg Hager, člen výkonné rady firmy Schenker odpovědný za evropskou pozemní přepravu.

Spain-TIR, která v loňském roce vykázala tržby kolem 200 mil. eur, disponuje svou vlastní logistickou sítí s 19 pobočkami, 16 ve Španělsku a třemi v Portugalsku, skladovými prostory o ploše 92 tisíc m² a 46 partnerskými pobočkami.

Beaujolais, ročník 2007

Sopexa Česká republika poskytla první informace o letošním ročníku Beaujolais: podle posledních oficiálních informací došlo oproti průměru z minulých let k celkovému poklesu úrody o 10 až 15 %. Výnosy vinic jsou zřídka kdy dosaženy, ať už se jedná o jakýkoliv úsek vinohradu. Jde o velmi pozitivní znamení jakosti vín, rovněž připisováno letošní brzké úrodě.

Během prvních ochutnávek zazněla tato klíčová slova: lahodná, ovocná chuť, elegance. Vína jsou barevná s výrazným aroma a libou vůní červených plodů. Chuť spojuje jemnost s elegancí: víno s jemnými tříslovinami, vláčné v pohybu ve sklenici, s lahodnou ovocnou příchutí. Vína Beaujolais Nouveau jsou velmi ovocná s nádechem malin a dobrým zakončením.

Personálie

- Novým ředitelem Pivovaru Kutná Hora je dosavadní sládek Jan Hejra. Ve funkci nahradil Zdeňka Siblika, který odešel do důchodu, ale s pivovarem bude dál spolupracovat.
- Anna Berdychová, dosavadní regionální manažerka pohledávek pro Evropu, Asii a Střední východ, byla jmenována do funkce marketingové ředitelky společnosti Dell Computer pro ČR a SR. Nastupuje na místo po Vítu Šubertovi, který odešel do regionálního vedení společnosti.
- Společnost Visa Europe oznámila, že novým area manažerem pro ČR a SR byl s účinností od 1. října jmenován Miloslav Kozler. Posílí tak manažerský tým společnosti Visa Europe odpovědný za rozvoj firemních aktivit a udržování obchodních vztahů v České republice a na Slovensku. V této pozici bude koordinovat z Prahy úzkou spolupráci s členskými bankami asociace Visa a aktivity související s platebními kartami.