

REGAL^{line}

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 15/08, 15. 4. 2008

Hypermarkety budou do dvou let všude

Podle výzkumu společnosti Incoma Research, Shopping center & Hypermarket 2008, představuje hypermarket (HM) hlavní nákupní místo potravin pro 38 % domácností ČR (nejvíce v Moravskoslezském kraji – 58 %, nejméně ve Zlínském kraji – 23 %), což je stejná hodnota jako před rokem. HM ovládají města velikostní kategorie 20 až 100 tisíc obyvatel, ve kterých jim při nákupu rychloobrátkového zboží dává přednost více než polovina nakupujících. Výzkum ukázal, že zájem o HM kulminuje u věkové kategorie 30 až 39 let, od 50 let ale výrazně klesá ve prospěch menších prodejen. Zřetelné jsou i rostoucí preference hypermarketů v závislosti na dosaženém vzdělání.

Nejvíce prodejních ploch HM je umístěno v Moravskoslezském kraji, následuje Praha, Ústecký a Jihomoravský region. V přepočtu na 1000 obyvatel disponují největší nabídkou HM Ústecký a Moravskoslezský region. V současné době je na území ČR již pouze pět okresů, ve kterých není umístěn HM, do dvou let lze nicméně předpokládat pokrytí i těchto „bílých míst“.

Nejvíce HM provozuje řetězec Kaufland (84; začátek roku 2008), následovaný řetězci Hypernova (56) a Tesco (52). Zákaznické hodnocení HM řetězců odhalilo vysokou spokojenost zejména s Globusem, který je vnímán jako řetězec s nejlepší sortimentní nabídkou a nejvyšší kvalitou a čerstvostí zboží. Nejlepší cenové vnímání má Kaufland, s kvalitou nákupního prostředí jsou nejspokojenější zákazníci Globusu a Intersparu. Expanze HM nekončí, ale její tempo mírně zpomaluje a mění zacílení. Loni bylo otevřeno 16 nových HM a jejich počet tak k 1. 1. 2008 dosáhl 231, jejich celková prodejní plocha činí 1124 tisíc m². Vzhledem k vysoké míře saturace trhu v největších městech se expanze nových hypermarketů začíná výrazně zaměřovat na menší města a tomu odpovídají i menší koncepty (do 4000 m² prodejní plochy).

Letos se očekává otevření dalších téměř dvou desítek HM, zejména ve městech do 50 tisíc obyvatel, některé HM se objeví dokonce i ve městech s méně než 15 tisíci obyvateli. HM tedy sice stále přibývají, ovšem jejich tržní podíl se příliš nemění.

Češi nejraději polotvrdé sýry a růžová vína

Z údajů velkoobchodní společnosti Makro Cash & Carry ČR vyplývá, že čeští spotřebitelé dávají jednoznačně přednost polotvrdým sýrům, které tak mají třetinový podíl na celém segmentu. V závěsu za nimi jsou sýry s modrou plísní. Dynamicky rostoucí segment představují kozí sýry – za uplynulý rok tato kategorie zaznamenala 60% nárůst.

Z vín se nejvýraznějším posílením spotřebitelských preferencí těší Champagne s meziročním nárůstem 86 %, podle původu pak vína novozélandská, asijská nebo argentinská. Nejoblíbenějšími odrůdami je Ryzlink Rýnský a Pinot Noir. Vína z domácí produkce zaznamenala meziroční posílení o 15 %, na celkových prodejkách v kategorii vín přitom mají 45% podíl. Sýry domácí proveniencí představují téměř tři čtvrtiny nabídky společnosti Makro. Mezi importovanými sýry se jednoznačným preferencím těší sýry slovenské, které představují více než třetinu celé této kategorie, následované francouzskou a italskou produkcí.

Zajistěte si předplatné časopisu REGAL
na předplatne@economia.cz, případně na www.eregal.cz
nebo na telefonním čísle 800 11 00 22.



VE 4. ČÍSLE NAJDETE:

- Malé prodejny na českém trhu
- Ahold CR – nová strategie
- Grilovací sezona

Regal 4/2008 vyjde 16. dubna
Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Henkel uzavřel akvizici

Společnost Henkel odkoupila od firmy Akzo Nobel podniky zabývající se výrobou lepidel a materiálů pro elektronický průmysl, které předtím vlastnila společnost National Starch. „Tato akvizice představuje ve více než 130leté historii naší společnosti významný mezník, jenž nás jednoznačně směřuje k dalšímu ziskovému růstu“, říká Ulrich Lehner, předseda představenstva společnosti Henkel KGaA. Akvizici předcházelo přesné vymezení podniků kupovaných společností Henkel a nezbytná šetření antimonopolních orgánů.

Úspěchy vinařů

Italská Verona hostila koncem března mezinárodní enologickou soutěž Vinitaly 2008. Do letošního ročníku bylo přihlášeno více než 3400 vín z více než 30 zemí celého světa. Zúčastnilo se také 13 vinařů z Moravy se 48 vzorky vína. Celkem obdrželi 20 cenných kovů. Úspěch zaznamenaly Moravské vinařské závody Bzenec, které obhájily loňské ocenění a opět se zařadily mezi sedm nejvýznamnějších firem této soutěže. Získali zvláštní cenu Premio Speciale Vinitaly 2008.

Vína z Moravy se letos v zahraničí prosazují čím dál více. Dalším úspěchem Vinařství Mikrosvín Mikulov je stříbrná medaile za nové Chardonnay – barrique z řady Premium line na mezinárodní vinařské přehlídce Chardonnay du Munde 2008.

Obutí jako Fresh Prince

Společnost Puma skládá počtu oblíbenému televiznímu sitcomu The Fresh Prince of Bel-Air s Willem Smithem. Novou drobnou kolekci tvoří modely obuvi West Philly First Round a Bel-Air Clyde. Jsou dodávány ve speciálně navrženém sametovém sáčku na obuv, zdobeném kovovou zlatou výšivkou. Stejný design mají i dvojce náramkové hodinky. Prodej bude zahájen 17. května ve vybraných Puma Stores a retailových prodejnách či v Puma e-Store na <http://www1.eshop.puma.com>.

Fandění se značkou Bohemia

Fotbaloví nadšenci si mohou zasoutěžit s Bohemia Chips a Tradičními Českými brambůrkami Bohemia. Od 1. dubna do 31. května 2008 připravila značka Bohemia pro své spotřebitele soutěž. Fanděte fotbalu kdekoliv na nové přenosné LCD televizi. „Fotbal je v Čechách tradičním sportem a těší se velké oblibě. Naše značka Bohemia je mezi domácími spotřebiteli rovněž velice oblíbená. Právě proto jsme se rozhodli propojit ji s fotbalem. Věříme, že prostřednictvím této soutěže přinášíme nejen fotbalovým fanouškům jedinečnou příležitost, jak vyhrát zajímavé ceny. Ty ocení právě při sledování fotbalových zápasů,“ říká Lenka Pošarová, marketingová manažerka společnosti Intersnack. Uvnitř sáček Bohemia Chips a Tradičních českých brambůrek Bohemia, které jsou označeny promoční páskou, mohou spotřebitelé najít výherní kartičky se stíracím polem. Po setření tohoto pole okamžitě zjistí svou výhru.

Jarní výzdoba Slovanského domu slaví úspěchy

Dne 7. dubna 2008 byly vyhlášeny výsledky soutěže asociace reklamních agentur AČRA Awards za měsíc březen 2008. V kategorii P.O.S. zvítězil nový jarní design, který pro pražské nákupní centrum Slovanský dům zpracovala reklamní agentura C&COM Advertising. Návštěvníci si mohou vítězný jarní design prohlédnout do konce května, kdy bude nahrazen letním motivem. Touto výzdobou se Slovanský dům snaží vtáhnout nakupující do světa jarního Japonska plného kvetoucích orchidejí, poletujících kolibříků a pestrobarevných motýlů.



ČEROZ představil nový projekt

Firma ČEROZ představila dne 10. dubna na prezentaci sortimentu ve své prodejní hale ve Velkostránci Lipence nový projekt na dovoz exotického ovoce a zeleniny. V jeho rámci bude z celého světa (kromě jiného i z Thajska) importovat tyto plodiny do České republiky. Následně je bude v nadstandardním sortimentu a kvalitě dodávat do obchodních řetězců, specializovaných obchodů, hotelů a restaurací.

Finep postaví celé nové město

Společnost Finep zahajuje výstavbu nové samostatné městské části Západní město. Rezidenční projekty, administrativní centra, centrální náměstí, obchody, restaurace, školky, sportoviště a nové parky by měly být srovnatelné s projekty typu La Défense v Paříži, Docklands v Londýně nebo hamburské Hafen City. Území na okraji pražských Stodůlek o rozloze 375 tisíc m² bude disponovat nejen strategickým umístěním díky vlastní stanici metra, ale především kompletní občanskou vybaveností. Západní město vznikne postupně v několika fázích, rozdělených do etap. V rámci jednotlivých etap Finep předpokládá uvést na trh každý rok novou čtvrť. V roce 2008 bude zahájena výstavba Britské čtvrti a čtvrti Administrativních objektů.

Kolekce Alessi dOt

Společnost Laufen CZ přichází na český trh s další vývojovou řadou luxusního koupelnového vybavení Alessi dOt z dílny návrháře Alberta Alessiho. Na jejím návrhu a tvorbě se podílel uznávaný nizozemský architekt a designér Wiel Arets. Kolekci Alessi dOt tvoří 72 kusů keramického a sanitárního vybavení koupelny, umyvadla, klozety, bidety, vany, sprchové vaničky, dále nábytek a doplňky, které byly speciálně pro tuto řadu vyvinuty. Bílá keramika je standardně vybavena speciální povrchovou úpravou WonderGliss zaručující vysoký lesk a snadnou údržbu.



Philips má novou mikrostránku

Od 1. dubna 2008 je v provozu nová mikrostránka www.probudtesmysly.cz společnosti Philips. Kromě živého předvedení technologií Ambilight a Ambisound nabízí také informace o výrobcích, které tyto technologie nabízejí, a zároveň seznam prodejen, ve kterých jsou k dostání. Kromě www.probudtesmysly.cz jsou navíc pro jednodušší orientaci zákazníků v obchodech připraveny speciální samolepky. Ty budou umístěny na všech vystavených výrobcích Philips, které technologii Ambilight nebo Ambisound nabízejí. Autorem celého projektu je kreativní tým agentury DDB.

UPS upravuje očekávání

Společnost UPS oznámila, že pro období prvního čtvrtletí snižuje svůj odhad očekávaného zisku na 0,86 dolarů nebo 0,87 dolarů na akcii z původně očekávaného rozsahu 0,94 až 0,98 dolaru. Finanční ředitel Kurt Kuehn na firemní konferenci investorů oznámil, že bude obtížné dosáhnout původně očekávaného zisku společnosti UPS za čtvrtletní období, jestliže objemy přepravy z letošního února budou vykazovat stejný trend také v březnu. Americká ekonomika i nadále slábne, což má za následek omezení objemu domácí zásilkové přepravy a odklon od nadstandardních služeb. K modifikaci výsledků rovněž přispěl nárůst cen za pohonnou látku v tomto čtvrtletí.

První transakce ProLogis v Indii

Firma ProLogis, vlastník, správce a developer logistických nemovitostí, oznámila, že vstoupila na indický trh a uzavřela 50/50 joint venture se společností K Raheja Corp, jedním z největších realitních developerů v Indii.

V rámci joint venture zakoupí obě firmy pozemky, na kterých vybudují a budou spravovat nemovitosti a zpočátku se zaměří na vytváření developerských příležitostí ve městech Bombaj, Madrás, Dillí, Bengalúru, Kalkata a Puna, která patří z hlediska distribučních operací k nejrychleji se rozvíjejícím lokalitám v Indii. Celkově se společnosti chystají realizovat projekty o rozloze 697 tisíc m² v průběhu příštích tří let a přibližně 2,3 mil. m² v nadcházejících pěti letech a investovat asi 575 mil. dolarů v období příštích tří let.

Energetické nápoje stále trendy

I letos zůstanou energetické nápoje na vrcholu žebříčku segmentů, kterým se bude dařit a porostou. K takovému výsledku došel průzkum trhu USP, a to na základě údajů z letošního února: v této periodě přesáhly prodeje nápojů (měřeno v litrech) o 11 % prodeje za stejný měsíc loňského roku. Kontinuálního růstu se tento segment dočkal především v obchodech na čerpacích stanicích. Nejlepší meziroční nárůst (20 %) vykázaly především energetické nápoje bez cukru.

Mléčné Campině se vedlo

Obraty holandského zpracovatele mléka Campina si loni připsaly růst ve výši 11 % a stouply na 4 mld. eur. K pozitivnímu vývoji přispěla především poptávka po mléčných produktech. Obrat skupiny Industrial Products si tím polepšil o 30 %. Divize mléčných produktů, značka Landliebe, vykazuje na německém trhu silný růst v obrotech.

**Chcete dostávat ZDARMA
newsletter časopisu REGAL?
Přihlaste se na adrese
pdf.regal@economia.cz.**

Calzedonia otvírá dvě nové prodejny

Mezinárodní společnost Calzedonia se svými koncepčními prodejny Intimissimi, Calzedonia a Tezenis rozšiřuje aktivity na českém trhu. Na jaře 2008 otevře dvě nové reprezentativní prodejny Tezenis – Na Příkopě v Praze a na Masarykově třídě v Brně.

Zákazníkům nabízí především módní spodní prádlo, plavky, punčochy a doplňky. Zákazníci najdou její prodejny zatím především v nákupních centrech v Praze, ale expanze do dalších lokalit rychle pokračuje. „Obchodní prostory Na Příkopě budou nabízet zboží na více než 400 m² a tato prodejna Tezenis bude jednou z největších v Evropě. Prodejna v Brně bude nabízet plochu přes 200 m². Obě prodejny rozšíří nabídku kvalitních módních značek a doplňků na tradičních nákupních třídách. Díky tomu poroste atraktivnost těchto lokalit jak pro zákazníka, tak pro další společnosti, které chtějí otevřít své obchody na prestižních adresách,“ dodává Jan Kotrbáček z Cushman & Wakefield, který se podílel na pronájmu obchodních prostor.

Rajapack představuje nový katalog

Na 68 stranách nového katalogu společnosti Rajapack je prezentováno 1400 výrobků, mezi nimiž lze najít 400 různých krabic a poštovních obalů, a také více než 200 dárkových obalů a sáčků. V centru pozornosti je i více než 100 nejlepších cen výrobků značky Raja. Produkty jako Rajabox, Rajatape, Rajalist jsou k dostání za výhodnou cenu nezávislou na objednávaném množství, a to už od jedné prodejní jednotky. Například v zásilkových tubusech Rajatube lze posílat či archiovat plakáty, plány a výtisky velkého formátu, obrázky nebo kalendáře. Odnosné tašky Rajashop jsou z kraftového papíru a hodí se jako dárkové balení či prostředek reklamy. Na internetové adrese www.rajapack.cz je také k dispozici interaktivní online-katalog, kde mohou být nepřetržitě 24 hodin denně zadávány objednávky.

CPI Retail Park Vyškov bude otevřen

V krátké době se ve Vyškově otevře druhý obchodní areál sítě CPI Retail Parků investorské skupiny CPI Group. K místní Hypernově přibudou díky CPI Retail Parku Vyškov obchody s oděvy a elektro výrobky. Jeho plocha činí 1900 m².

„Vyškovský retail park otevřeme už 24. dubna. Nabídka místní Hypernovy se rozšíří o sortiment společností KiK, Lidovka a Elektro Planeo,“ potvrzuje Pavel Jirásek, manažer oddělení pronájmu CPI Group. Zájem o podobné obchodní areály dokazuje již provozovaný CPI Retail Park Třinec, který CPI Group otevřela na konci minulého roku, a především další připravované retail parky v Českém Těšíně a Prostějově, kde už probíhají pronájmy ploch, a jejichž otevření je stanoveno na druhou polovinu tohoto roku.



Letiště Praha – nový Shopping Guide

Česká Miss Eliška Bučková a generální ředitel Správy Letiště Praha Miroslav Dvořák pokřtili průvodce nabídkou a službami Letiště Praha Shopping Guide. Zahmuje přehled více než 30 restaurací rozdělených podle cenové hladiny, počínaje nabídkou menu včetně nápoje do 100 Kč. Stejně tak i přehled asi 80 obchodů s kosmetikou, dárkovými předměty, suvenýry, módou a módními doplňky, vybírat je možné také z domácích i světových tiskovin. Nechybí ani pošta, lékárny, banka, bankomaty, směnárny, úschovna a balení zavazadel, autopůjčovny a dopravní služby. Shopping Guide s měsíční periodicitou je zdarma k dispozici v areálu celého letiště na stojanech, v informačních stáncích, na odbavovacích přepážkách ČSA a některých cestovních kancelářích.

Delvita rok po převzetí Billou

V dubnu 2007 Evropská komise schválila transakci v hodnotě 100 mil. eur mezi Rewe Group a Delhaize. Billa tak v ČR převzala 97 supermarketů, zahájila rebranding a remodeling původních Delvita prodejen. Opatření související se změnou značky včetně zavádění nových výpočetních systémů jsou plánována do konce roku 2008. Jak tuto změnu vnímají čeští spotřebitelé? Třetina obyvatel ČR starších 15 let vnímá jako nástupce Delvity právě společnost Billa. Přehled v tomto tématu mají spíše hospodyně-ženy – (36 %) oproti mužům (26 %) uvádí Billu jako současného provozovatele supermarketů Delvita).

Tržiště znalostí a inspirací v HR

5 stánků • 5 expertních zón • 5 prostorů pro dialog

HRM
HUMAN RESOURCES MANAGEMENT

Hewitt

vás zvou na unikátní HR fórum

21. května 2008 od 9.30 do 16 hodin
Slovanský dům, Na Příkopě 22, Praha 1

Registrace a více informací:

e-mail: konference@economia.cz
www.managerweb.cz/konference

Uzávěrka přihlášek: 19. května 2008

Deutsche Bahn – stabilní růst

Německá dopravní společnost Deutsche Bahn AG potvrdila trend stabilního nárůstu z posledních let. Výnosy společnosti vzrostly o 1,26 mld. eur na 31,31 mld. eur (oproti předchozímu roku o 4,2 %). Provozní zisk, tedy zisk před úroky, zdaněním (EBIT) a bez zvláštních položek, se zvýšil o 227 mil. eur na 2,37 mld. eur (navýšení o 10,6 %). Se započtením zvláštních položek se EBIT zvýšil o 16,9 % neboli 418 mil. eur na 2,90 mld. eur. Čistý schodek snížila společnost o více než 3 mld. eur.

Personálie

- Novým generálním ředitelem společnosti Accor Services pro Českou republiku se stal Bruno Berthier, který pro skupinu Accor pracuje na nejrůznějších pozicích od roku 1996. Ve funkci vystřídal Rolanda Morizeta.
- V rámci pokračujícího rozvoje a dalšího mezinárodního růstu společnosti POS Media Europe byl do funkce COO (chief operating officer) jmenován Olivier Bauduin. Mezi jeho hlavní úkoly bude patřit operativní řízení firmy a její další rozvoj. Olivier Bauduin zastával ve firmě POS Media Europe od roku 2006 roli business development director.
- Ve vedení DPD CZ, české pobočky evropského poskytovatele v oblasti expresních zásilkových služeb, dochází k posílení manažerského týmu. Ondřej Vaňha podpoří obchodní a marketingové aktivity společnosti. Zaměřit se chce především na segment malých a středních firem, kde vidí velký potenciál pro rozšíření pozic DPD na českém trhu.
- Na valné hromadě POPAI Central Europe bylo zvoleno vedení asociace. V jejím čele byli potvrzeni ve funkci prezidenta Alexander Roth ze společnosti Eclipse Print a ve funkci viceprezidenta Daniel Jesenský ze společnosti Dago A.P.C..