

line REGAL

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 17/08, 29. 4. 2008

Móda je motorem expanze nákupních center

V současné době je na území ČR již přes 250 nákupních center různých typů i velikostí. V deseti případech se jedná o nákupní centra s více než 100 nájemci a dalších 40 moderních nákupních komplexů s více než 50 provozovateli. Loni bylo otevřeno 6 nových nákupních nových center, letos by nových komplexů mělo být otevřeno 12, desítky dalších jsou ve fázi výstavby či příprav. Tyto poznatky shrnuje kompletní census všech českých obchodních center realizovaný na začátku roku společností Incoma v rámci projektu Shopping Center&Hypermarket 2008.

Nejčastější zastoupení mají v nákupních centrech prodejny odívání (census jich zaznamenal 1582 a vykazují i nejvyšší dynamiku růstu). Móda je hlavním hnacím motorem expanze, o čemž svědčí druhé místo obuvi a koženého zboží (488 prodejen). Na třetím místě jsou prodejny klenotů a dárků (450), následují prodejny elektro a počítačové techniky (390) a specializované prodejny potravin (346). Co do podílu na prodejní ploše center ovšem stále dominují hypermarkety, následují velkoplošné hobbymarkety (prodejny sortimentu DIY), lokalizované často v rámci tzv. retail parků. Stále významnější procento provozoven umístěných v nákupních centrech představují gastronomie a zejména služby (např. pobočky finančních institucí).

Nejvíce využitelných ploch nákupních center je lokalizováno v Praze (38 % všech ploch v českých nákupních centrech), následuje Moravskoslezský a Jihomoravský kraj. Také v přepočtu těchto ploch na obyvatele vévodí Praha, následovaná Plzeňským a Libereckým krajem. Právě v regionálních metropolích lze očekávat do budoucna rychlý rozvoj nákupních komplexů, nové projekty jsou plánovány v podstatě ve všech krajských městech a také v řadě okresních měst.

Češi v nákupních centrech tráví mnoho času – 72 % obvykle více než hodinu, 31 % dokonce více než 2 hodiny. Významným faktorem se jeví i ochota dojíždět do „svého oblíbeného“ nákupního centra delší dobu (v průměru 34 minut, u osob s vysokou frekvencí návštěvnosti 22 minut). Polovina návštěvníků utratí při jedné návštěvě svého hlavního centra více než 1500 Kč. Rozhodujícími faktory pro výběr centra jsou dobrá dostupnost, sortimentní nabídka a cenová úroveň.

Více než měsíc provozu Galerie Fénix

Už přes měsíc mohou obyvatelé městské části Prahy 9 nakupovat v nové Galerii Fénix na Náměstí OSN, jejíž stavbu financovala investorská společnost Czech Property Investments. V den otevření 13. března navštívilo nákupní Galerii Fénix přes 35 tisíc lidí. Následná každodenní návštěvnost předčila očekávání. „Předchozí měsíc ukázal, že si Galerie Fénix své zákazníky našla. Denně ji navštěvují tisíce lidí z Vysočan i ti, kteří zdejší dopravní křižovatku využívají k přestupu na další spoje,“ potvrzuje Luděk Stecker, center manager Galerie Fénix.



Karat Software a Barco se dohodly

Společnosti Barco (integrátor čárových kódů a RFID technologií) a Karat Software (výrobce a dodavatel informačních systémů v ČR a SR) se dohodly na obchodní spolupráci v oblasti dodávek technologií čárových kódů a RFID. Hlavním motivem ke spolupráci obou firem byla příležitost nabídnout zákazníkům a implementačním partnerům firmy Karat Software specializovaná progresivní řešení.

„V tuto chvíli máme více jak 2000 instalací v ČR a na Slovensku. Rozhodli jsme se proto v této oblasti rozšířit seznam našich obchodních partnerů o zkušeného a spolehlivého partnera s dlouholetými zkušenostmi v oboru. Portfolio společnosti Barco navíc zahrnuje produkty pro nejrůznější aplikace a značky s velmi dobrými výkonovými parametry,“ upřesňuje motivaci ze strany Karat Software ředitel pro strategii a marketing Vladimír Prinke.



VE 4. ČÍSLE NAJDETE:

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

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

economia
OBSAH ROZHODUJE

Global Retailing Conference 2008



Dne 4. června se v Londýně uskuteční 9. ročník nejvýznamnější mezinárodní konference společnosti IGD zaměřené na maloobchod – Global Retailing 2008. Jde

o fórum zástupců obchodních společností, výrobců a odborníků z celého světa, kteří budou diskutovat strategický výhled pro budoucnost. Mezi hlavní témata bude patřit mezinárodní expanze, řízení maloobchodních aktivit po celém světě, budování globální značky a další. Letos bude středem zájmu i udržitelný vývoj a IGD zde představí svůj nejnovější pohled na tuto problematiku. Ten bude zahrnovat také analýzu srovnávacího průzkumu zaměřeného na zákazníky v rámci Evropy a na reakce jednotlivých retailerů a dodavatelů na výzvy současného vývoje. Kromě jiných delegátů osloví představitelé managementu globálních maloobchodních sítí Carrefour a Tesco – José Luis Duran a Philip Clarke. Více informací o konferenci najdete na www.igd.com/global.

Wal-Mart omezuje prodej rýže

Sam's Club, řetězec prodejen cash & carry (Wal-Mart), přistoupil v USA k omezení prodeje rýže na 4 balíčky na jeden nákup. Reaguje tak na zprávy, které v souvislosti s rostoucí cenou této komodity hovoří o hrozbě jejího hromadného nakupování do zásoby. Podle zástupců společnosti se dané opatření netýká rýže v maloobchodním balení, které je v nabídce obchodů Sam's a dalších prodejen Wal-Martu. Ostatních položek se tento výjimečný krok retailera netýká.

Fromageries Bel bude vyrábět i tvrdé sýry

Francouzský výrobce značkových sýrů Groupe Bel (Veselá kráva, Boursin, Leerdammer, Kiri, Mini Babybel) oznámil, že akvizicí dvou dalších podniků rozšíří své aktivity v ČR. Předmětem uzavřené transakce bylo odkoupení 100 % kapitálu společnosti J+R a 71,34 % akcií Jaroměřické mlékárny, dvou sesterských společností, v nichž měl dosud většinový podíl Zdeněk Palát. „Nová akvizice v České republice je výrazem rostoucí snahy skupiny o organický externí růst na platformě silných značek a na základě selektivní akviziční strategie v souladu s naším podnikatelským modelem,“ uvádí Gérard Boivin, prezident a generální ředitel Groupe Bel. Akvizice společnosti Jaroměřická ještě podléhá souhlasu Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže.

Fruitissimo odtajňuje recepty

Sít zmrzlinových barů Fruitissimo Ice Cream se kromě představení nových druhů zmrzlinových pohárů odhodlala k odtajnění receptur pro jejich výrobu a k distribuci těchto návodů mezi zákazníky, kteří budou mít o novinku zájem. „Při přemýšlení o dalším směřování Fruitissima nás napadlo, že by bylo dobré, aby naši zákazníci měli možnost si pochutnat na našich pohárech i v pohodlí svých domovů a nejen v mnohdy hektickém prostředí některého z obchodních center, kde se naše pobočky nacházejí,“ komentuje Jan Hummel, jednatel společnosti. Od letošního jara si tak zákazníci Fruitissima mohou koupit vybranou kopečkovou zmrzlinu v termomisce a doma si podle poskytnutého návodu připravit pohár, na který měli chuť při návštěvě pobočky.



Nescafé Dolce Gusto nad očekávání

Prodej nápojového systému Nescafé Dolce Gusto, který byl uveden na český trh v říjnu roku 2007, překonal prodejní cíle jak výrobce přístroje – značky Krups (Groupe SEB), tak i dodavatele náplní – značky Nescafé (Nestlé Česko). Nejen že počet prodaných přístrojů byl dvojnásobný oproti prodejnímu plánu, ale i poptávka po náplních předčila všechna očekávání. Výsledky tak potvrzují nový trend, kdy čeští spotřebitelé vítají novinky v oblasti přípravy kávy i kávových specialit. „Nejzajímavějším ukazatelem pro hodnocení prodeje kapslí je počet šálků v přepočtu na jednoho obyvatele. V České republice jsme k 31. březnu prodali více než 1,1 milionu porcí kávy a kávových specialit značky Nescafé Dolce Gusto,“ vysvětluje Juraj Juhász, marketingový manažer značky Nescafé Dolce Gusto, a dodává, „v porovnání se Slovenskou republikou, kde jsme nápojový systém uvedli na trh ve stejné době, se nám v České republice s ohledem na poměr vypitých šálků a počet obyvatel daří o něco lépe.“

Galleria Moda hledá 500 zaměstnanců

Galleria Moda, nákupní galerie s výhodami outletu, která otevře 9. září u ruzyňského letiště, nabízí na 500 nových pracovních příležitostí. Jedná se zejména o pozice v oblasti obchodu, gastronomie a služeb. Centrum hledá lidi pro vedení obchodů, restaurací a food courtu, kuchaře, prodáváče, administrativní pracovníky a další zaměstnance nutné pro zajištění chodu outletového centra. Zájemci mohou zasílat životopisy na e-mail info@galleriamodapraha.cz nebo se hlásit přímo přes stránky www.galleriamoda.cz, sekci Pracujte s námi. Projekt nabídne mezinárodní módní značky ve více než 100 obchodech na 30 tisících m² kryté plochy. Zbývajících 4000 m² zabere zábavní komplex s elektronickými atrakcemi, z nichž řada se v ČR objeví poprvé.

Tesco s Eko-komem a Linkou bezpečí

V rámci svého Plánu zodpovědného sousedství se i letos připojila k oslavám Dne Země (22. 4.) také společnost Tesco Stores ČR. V komunikaci se zákazníky se ještě více zaměřila na propagaci ekologicky šetrných výrobků a ekologického chování. Navíc společně s obalovou společností Eko-kom přichystala na tento den speciální program. Před pražským obchodním centrem Eden proběhla pojízdná výstava Tonda obal na cestách, která dětem humorným způsobem přiblížila svět třídění a recyklace odpadů. Další novinkou byla výměna klasických černých pojízdných pásů na pokladnách za barevné zelené pásy nabádající k třídění a recyklaci odpadů. Oslavy doprovodila i speciální nabídka výrobků se slevou – např. úsporných zářivek, obou ekologických tašek Tesco a všech výrobků z řady Tesco Organic. Retailer také v květnu slavnostním koncertem v Letňanech zahájí 4. ročník projektu Tesco Charita roku, jehož cílem je podpořit vybranou neziskovou organizaci. Letošním partnerem je Sdružení Linka bezpečí.



New Yorker bilancuje a plánuje

Rok 2007 znamenal pro společnost New Yorker velkou expanzi. Tato německá firma vloni vstoupila na trh v sedmi nových zemích, přičemž celkově otevřela více než 100 nových prodejen. Její celkový obrát dosáhl hodnoty 1,2 mld. eur, což představuje o 20 % více než v předcházejícím roce. Za největší úspěch společnost považuje vstup na obchodní trhy v Estonsku, Rumunsku, Saúdské Arábii a Spojených arabských emirátech. Na konci roku 2007 zahrnovala obchodní síť společnosti celkem 584 prodejen ve 23 zemích. Letos plánuje New Yorker rozšíření svých aktivit do Bosny a Hercegoviny, Bulharska, Itálie a na Ukrajinu. Počítá i s dalším růstem v zemích, ve kterých již působí. V současné době má New Yorker 607 prodejen a v tomto roce plánuje otevřít přibližně 120 dalších.

World Food Business Summit 2008

Ve dnech 18. až 20. června 2008 se v německém Mnichově uskuteční již 52. World Food Business Summit, který organizuje CIES-The Food Business Forum. Toto globální setkání pro moderní retail se zaměří hlavně na růst a udržitelnost dalšího vývoje a také na to, jak vytvářet zisk odpovědně. Dalšími tématy pro diskusi budou například: hrozba ze strany dodávek energie, globální nepřijemná situace zemědělců, agresivní cenová politika supermarketů, využívání celosvětových zdrojů, korporátní společenská odpovědnost a zmatený spotřebitel. Více informací najdete na www.ciessummit.com.

PLMA's World of Private Label 08'

Ve dnech 27. a 28. května se ve výstavním centru RAI v Amsterdamu uskuteční mezinárodní veletrh PLMA, World of Private Label 2008. Den před jeho zahájením proběhne seminář, který poskytne poslední výzkumná data týkající se podílu privátních značek v rámci Evropy, stejně tak i odbornou analýzu maloobchodních trendů a vývoje nových produktů. Letošní veletrh bude zahrnovat více než 3200 stánků a 1700 vystavovatelů. Zastoupeno bude přes 65 zemí. Součástí akce bude také 35 národních a regionálních pavilonů, kde se bude nově prezentovat např. Kypr, Švédsko, Makedonie, Litva, Malajsie a Kanada. Více informací najdete na www.plmainternational.com.

Castrol Performance Index

Během UEFA Euro 2008 bude oficiálním statistickým nástrojem šampionátu nový index fotbalových výkonů společnosti Castrol. Z každého odehraného zápasu bude v reálném čase přinášet exkluzivní data pro fotbalové fanoušky, novináře i trenéry. Na adrese www.castrolindex.com poskytne komplexní statistiky z každého zápasu šampionátu. Statistický systém Castrol Performance Index (CPI) bude na UEFA Euro 2008 schopen měřit

(Pokračování na stránce 3)

Soutěž na podporu prodeje oceněných knih

Knihkupecký řetězec Kanzelsberger, který je hlavním partnerem literární soutěže Magnesia Litera, pro letošek připravil spotřebitelskou soutěž na podporu prodeje oceněných knih. „Atraktivní soutěží chceme motivovat příznivce literatury k seznámení s vítěznými tituly,“ vysvětluje generální ředitel firmy Jan Kanzelsberger. Pokud si v některém knihkupectví sítě zákazník koupí kteroukoli z knih oceněných hlavní cenou Magnesia Litera nebo některou z kategorií soutěže či Kanzelsberger cenou čtenářů, může vyhrát některou ze tří letenek v hodnotě 6000 Kč nebo jednu z deseti dárkových knižních poukázek v hodnotě 500 Kč. Soutěž odstartovala 21. dubna, po vyhlášení výsledků. Do slosování budou zahrnuty všechny odevzdané účtenky z nákupů uskutečněných až do 31. května včetně. Úplná pravidla spotřebitelské soutěže jsou dostupná na webových stránkách firmy Kanzelsberger.

Cash back podle KB a Globusu

Od poloviny dubna spustila Komerční banka (KB) na svých platebních terminálech funkci cash back. Kromě sítě obchodů Globus je zpřístupněna i na desítkách terminálů v menších prodejnách. Plán hovoří o rozšíření na další retailery, včetně sítě čerpacích stanic. Specifikem tohoto produktu je skutečnost, že není službou pouze pro klienty KB. „To je základ úspěchu, který od této služby očekáváme. Bude fungovat, když bude široce přístupná v široké síti obchodních míst, když zákazník nebude muset přemýšlet, jakou kartu má zrovna u sebe, když bude fungovat u většiny bankovních karet,“ předpovídá Zdeněk Mojžíšek, výkonný ředitel pro marketing této banky. Pro společnost Globus ČR je cash back KB součástí dalšího rozvoje zákaznického servisu. „Jsme první maloobchodní řetězec, který v tomto směru neomezuje klienty ostatních bank. To byla naše podmínka pro zavedení této služby, protože jsme hypermarket pro všechny,“ sděluje Boris Malý, ředitel marketingu a firemního rozvoje tohoto retailera.



Nová advokátní kancelář v Praze

Na český trh vstoupila nová pražská advokátní kancelář Hájek Zrzavecký. Jejimi zakladateli jsou právníci Martin Hájek a Jan Zrzavecký, kteří dosud působili v AK Kocián Šolc Balaščík, třetím partnerem je Jiří Gajdarus, specialista na trestní právo a realitní projekty. Nová advokátní kancelář se zaměřuje na komplexní právní poradenství především pro středně velké a velké firmy. Novými klienty budou například pekárenská skupina United Bakeries, koncern RWE, Ivax Pharmaceuticals nebo Rybářství Třeboň.

Rosé On The Rocks

Vinařství Gallo Family letos slaví 75. narozeniny a k tomuto výročí představuje nové víno – Gallo Family Vineyards Grenache Rosé. Tato novinka, která byla uvedena loni ve Velké Británii, přichází i k nám s doporučením nejvhodnější kombinace na led. Regina Netolická, brand manažer vinařství E&J Gallo Winery pro ČR, dodává: „Odvážné spojení kostek ledu, tak příznačných pro míchané nápoje, a kvalitního vína vidíme jako skvělý nápad. Dělá to tento nápoj atraktivnějším a dostupnějším pro širší spektrum konzumentů. Růžové víno Gallo Family Vineyards Grenache Rosé má jednotlivé chutě i obsah alkoholu a zbytkového cukru vyvážené přímo pro tuto kombinaci vína s ledem.“ Společnost Maxxim Czech bude víno podporovat celé léto (od května do srpna) prostřednictvím POS v restauracích, ochutnávek a neckhangerů se sáčkem na led na hypermarktech. Doplněním budou dárky ve stylu Rosé on the Rocks.



BrandZ TOP 100 roku 2008

Společnost Millward Brown představila nejpodrobnější celosvětový žebříček nejsilnějších obchodních značek BrandZ TOP 100. Tento žebříček vychází již třetím rokem. Celková finanční hodnota všech značek v BrandZ Top 100 se od loňského roku zvýšila téměř o 21 % z 1,6 bilionu dolarů v roce 2007 na 1,94 bilionu dolarů v roce 2008. Nejhodnotnější značkou roku 2008 se stal opět Google – 86,1 mld. dolarů, v závěsu je skupina GE s hodnotou 71,4 mld. dolarů a Microsoft – 70,8 mld. dolarů. Více informací najdete na www.millwardbrown.com/mboptimizer, www.brandz.com a www.ft.com.

Tržiště znalostí a inspirací v HR

HRM
HUMAN RESOURCES MANAGEMENT

Hewitt

vás zvou na unikátní HR fórum
o aktuálních trendech v HR
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

(Pokračování ze stránky 2)

např. polohu všech pohyblivých se objektů na hřišti v reálném čase utkáním, rychlost každého hráče v celém zápasu, vzdálenost, kterou každý hráč v průběhu zápasu urazí a další.

DHL představuje iniciativu Discover Logistics

Společnost DHL zahajuje mezinárodní iniciativu s názvem Discover Logistics. Cílem je umožnit přístup k tomuto rozvíjejícímu se odvětví co nejvíce mladým lidem a informovat je o možnostech budování kariéry, které odvětví logistiky nabízí. Potenciální manažeři se mohou zaregistrovat pro světově první logistickou obchodní simulaci na portálu www.dhl-discoverlogistics.com. „Jako největší světová logistická skupina nabízíme zajímavé a směr udávající manažerské úkoly na globální úrovni. A to je přesně to, co iniciativa Discover Logistics zahrnuje,“ říká generální ředitel Deutsche Post World Net Frank Appel.

Personálie

- Valná hromada Svazu obchodu a cestovního ruchu (SOČR) ČR schválila novou strategii činnosti na období 2008-2010 a zvolila nové představenstvo a dozorčí radu. Novým prezidentem SOČR ČR byl zvolen dosavadní viceprezident Zdeněk Juračka. Viceprezidentem pro obchod byl nově zvolen Petr Vyhánek, viceprezidentem pro cestovní ruch se stal opět Pavel Hlinka a viceprezidentem pro evropské záležitosti Michal Ševera. Předsednictví dozorčí rady se znovu ujal Lubomír Motyčka.
- Frank Hensel byl jmenován novým CEO rakouské pobočky skupiny Rewe. Bude mít na starost rakouské retailové společnosti Billa, Merkur, Penny, Bip, ale i privátní značky, centrální nákup a korporátní komunikaci. Frank Hensel je členem správní rady rakouské části skupiny Rewe od srpna 2005. Zahraniční aktivity ve střední a východní Evropě a v Itálii bude i nadále řídit Lionel Souque.