

Velké prodejny získávají zákazníky, ale ztrácejí jinde

Letošní výsledky každoročního šetření vývoje nákupních preferencí českých domácností Shopping Monitor 2008 společností Incoma Research a GfK Praha ukazují, že velkoplošné prodejny (hypermarkety, diskonty a supermarkety) jako celek trvale posilují svou pozici na trhu, ale ztrácejí zákazníky v citlivých kategoriích zboží. Zůstávají hlavním místem pro nákup takových kategorií, jako jsou balené potraviny, nápoje a podobně. Když však dojde např. na nákup čerstvých potravin (pečiva, masa apod.) nebo specializovanějšího sortimentu drogerie a kosmetiky, zákazníci dávají stále častěji přednost speciálním prodejnám. Podobně vyklízejí hypermarkety pozice v řadě nepotravinářských sortimentů. Tento vývoj se může ukázat jako nebezpečný zejména proto, že uvedené kategorie (čerstvé potraviny, specializovaná drogerie, nepotravinářské zboží) jsou zajímavé z hlediska tvorby marže.

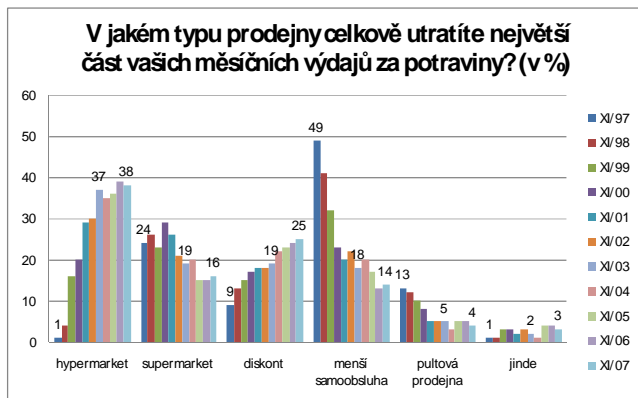
Hypermarkety potvrzují svou celkově dominantní pozici: 38 % českých domácností je uvádí jako své hlavní nákupní místo pro celou oblast rychloobrátkového zboží (tj. prodejnu, v níž celkově utratí největší část měsíčních výdajů za potraviny a základní nepotravinářské zboží). Diskonty s 25% preferencemi opět potvrzují mírný, ale trvalý růst obliby u českých spotřebitelů. Preference supermarketů po poklesu v předchozích letech zůstávají spíše stabilní (16 %). Stejně tak menší samoobsluhy udržely svou loňskou pozici se 14% úrovní preferencí v roli hlavního nákupního místa českých domácností.

Jiná je situace u jednotlivých sortimentních kategorií. Ty se z hlediska typu preferované prodejny samozřejmě liší, lze však na základě jejich charakteru vysledovat podobnou strukturu distribučních míst. S určitým zjednodušením lze tyto kategorie sloučit do tří základních okruhů: trvanlivé potraviny, čerstvé potraviny a drogistické kategorie.

Trvanlivé kategorie do značné míry kopíruje celkový vývoj preferencí: dotázaní je nakupují především v hypermarketu (preferance 33-39 %). Celkově vysoké preference pro velkoplošné formáty (hypermarket, supermarket, diskont) jsou pro tyto kategorie typické a pohybují se od 75 % do 83 %. V oblasti čerstvého zboží je ovšem trend opačný. Distribuce čerstvých potravin je celkově charakteristická opětovně rostoucími preferencemi pro menší, specializovanou prodejnu, a to na úkor především velkoplošných prodejen. Nejcharakterističtější jsou preference typů prodejen při nákupu pečiva, čerstvého masa a uzenin: přibližně polovina dotázaných upřednostňuje pultovou prodejnu nebo menší samoobsluhu. Zejména u masa a masných výrobků je trend jasně zřetelný. Například čerstvé maso nakupuje v menších prodejnách (samoobsluhy, řeznictví) více než 50 % zákazníků a tento podíl trvale roste již od roku 2003. Podobná je situace i u drogistických kategorií, kde je patrný růst preferencí pro specializovanou drogistickou prodejnu (16-39 %). Letošní šetření ukázalo nárůst preferencí specializovaných prodejen jak u kosmetiky a prostředků osobní hygieny, tak u pracích a úklidových prostředků.

Olma uzavřela kolektivní smlouvu

Zaměstnanec mlékárny Olma čeká v letošním roce růst mezd – dohodla se tak odborová organizace ZO NOS a zaměstnavatel Olma v kolektivní smlouvě uzavřené koncem roku 2007. Kromě průměrného 5% nárůstu základních mezd získají zaměstnanci dalších 5 % navýšením pohyblivé složky mzdy. Pracovníci mlékárny mají od ledna také levnější stravování. Zaměstnavatel se rozhodl přispívat kromě zákonem umožněné částky také nově ze sociálního fondu. Výsledná cena jednoho teplého jídla denně pro zaměstnance olomoucké a zábrzežské provozovny tak bude činit 10 Kč. V rámci péče o zaměstnance přispívá Olma svým pracovníkům na léčebné pobyty a rehabilitace, kulturně-vzdělávací činnost, rekreační tělovýchovu a sport. Nedílnou součástí jsou také příspěvky pro děti zaměstnanců.



Zdroj: Shopping Monitor 2008, Incoma Research a GfK Praha



V 1. ČÍSLE MĚSÍČNÍKU REGAL MIMO JINÉ NAJDETE:

- Nezávislý obchod v Berouně
- Spolupráce se zákazníky při vývoji novinek
- Jaké trendy čekají maloobchod
- Velikonoce

Regal 1/2008 vyjde 23. ledna
Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

World Retail Congress 2008

Od 9. do 11. dubna 2008 proběhne v barcelonském Mezinárodním konferenčním centru CCIB Světový kongres obchodu 2008. Jedná se o nejvlivnější a nejprestižnější setkání svého druhu na světové úrovni. Během Kongresu, přesněji 10. dubna, budou předány World Retail Awards 2008. Organizátorem je Emap Communications. Exkluzivním mediálním partnerem kongresu pro český trh je časopis Regal. Více informací a přihlášky naleznete na oficiálních internetových stránkách kongresu www.worldretailcongress.com.

WORLD RETAIL CONGRESS 08

Mezinárodní veletrh International Grüne Woche

V pátek 18. ledna byl na berlínském výstavišti zahájen 73. ročník veletrhu International Grüne Woche, který je zaměřen především na potravinářství a zemědělství.

Vystavovatelé z 56 zemí světa se představí na ploše 115 km². Veletrh je určen zákazníkům z Německa a okolních států, ale i představitelům potravinářského průmyslu, zástupcům maloobchodů a velkoobchodů, dovozcům, odborným specialistům a zástupcům hospodářské politiky.

Českou republiku bude reprezentovat Ministerstvo zemědělství ČR spolu se Státním zemědělským intervenčním fondem, jenž zde představí program na podporu kvalitních potravin, značku KlasA.

Mr. Lawn má výhradní zastoupení

Společnost Mr. Lawn získala výhradní zastoupení prestižní značky vřetenových sekaček Atco od společnosti Bosch Lawn and Garden pro Českou republiku. Stává se tak jediným specialistou na vřetenové sekačky na našem trhu. Podle ředitele společnosti Tomáše Šeny je cílem poskytnout zákazníkům kvalitní, osvědčené vybavení potřebné pro péči o rodinné, reprezentační i sportovní trávníky. Firma v této souvislosti zahajuje také marketingovou kampaň, která zahrnuje internet, direct mail, billboardy a prezentace v „terénu“.

Cono Sur rozdával retro kola

Na přelomu listopadu a prosince minulého roku 2007 proběhla v Hypernovách v České a Slovenské republice jedna z prvních spotřebitelských soutěží na podporu vín. Vinařství Cono Sur, jehož marketingovým cílem nebylo pouze podpořit prodej, ale hlavně prezentovat svá vína a nabídnout je k ochutnání spotřebitelům, je v současné době třetím největším vývozcem z Chile. Výhra, retro kolo, kterých se v soutěži rozdalo 13 v Česku a 3 na Slovensku, byla vybrána záměrně – právě bicykl se stává hlavní ikonou na mnoha etiketách vína Cono Sur.



Slet slev v Hypernovách – až 80% slevy

Hypermarkety Hypernova připravily pro své zákazníky další speciální akci, která přinesla až 80% slevy na stovky položek a produktů. Akce nazvaná Slet slev se uskutečnila ve čtvrtek 17. ledna ve 40 hypermarketech Hypernova po celé ČR. Slevy se týkaly vybraného nepotravinářského zboží, např. domácích potřeb, elektroniky, textilu, sportovního vybavení nebo hraček. „Podobnou akci pro naše zákazníky připravujeme pravidelně již několik let a musím říci, že reakce našich zákazníků bývají vždy velmi pozitivní,“ dodává Libor Kytýr, ředitel komunikace maloobchodní sítě prodejen Albert/Hypernova.

Přeprava musí zajistit kvalitu a osobní přístup

DPD CZ, zajišťující expresní zásilkové služby, zveřejnila mezinárodní zkušenosti a výsledky průzkumu, který realizovala mezi firmami na českém trhu. Kromě jiného uvedla, že zájem o služby soukromé balíkové přepravy každoročně stoupá téměř o 30 %. Zákazníci posílají častěji a menší zásilky v porovnání se situací před pěti lety. Skupina DPD začala podnikat pod heslem „Jednoduše – rychle – individuálně“ a v současnosti přepraví téměř 2 miliony zásilek denně.

Nové služby Čechofrachtu

Větší rychlost a efektivitu při přepravě zásilek po Evropě nabídne nově svým zákazníkům spediční firma Čechofracht. Od ledna 2008 se společnost stala partnerem evropské distribuční sítě System-Plus. Ten zákazníkům po celé Evropě spolehlivě slouží již déle než 20 let a přináší řadu zajímavých produktů z oblasti logistiky a expresní přepravy zásilek. Čechofracht dosud nabízel klasickou mezinárodní sběrnou službu s pravidelnými odjezdy kamionů do různých destinací. Nyní bude přes terminál v centrálním Německu zajištěno denní kamionové spojení s mnoha místy Evropy. „Zapojení do systému SystemPlus bude znamenat významné rozšíření portfolia služeb pro naše klienty,“ vysvětluje ředitel divize silničních přeprav Čechofrachtu Radek Holub.



PŘEDNÍ MANAŽERSKÝ ČASOPIS

- Strategický management
- Exekutivní management (marketing, HRM, ICT, finance)
- Manažerské dovednosti
- Kariéra

Ukázkové číslo ZDARMA na tel. 233 071 197
nebo na www.ManagerWeb.cz



economia
OBSAH ROZHODUJE

Plaza Center zvítězila

Společnost Plaza Center, developer na trhu s nemovitostmi, oznámila, že zvítězila v nabídkovém řízení a získala od PKS Kielce (místní pobočka Polské národní autobusové společnosti) pozemek na výstavbu rozsáhlého nákupního a zábavního centra ve městě Kielce v Polsku. Nový projekt se bude nacházet na pozemku o rozloze 30 tisíc m² podél hlavní dopravní tepny dva kilometry od centra Kielce. Seznam nájemců centra budou tvořit jak domácí, tak mezinárodní maloobchodní značky a provozovatelé zábavních zařízení. Hrubý rozpočet na výstavbu projektu se odhaduje na přibližně 90 mil. eur. Předpokládané datum zahájení výstavby je polovina roku 2009, dokončení se očekává na začátek roku 2011.

PLMA's 08 Roundtable Conference

Letošní ročník PLMA's 2008 Roundtable Conference se uskuteční 27. a 28. února v bruselském hotelu Hilton. Hlavním tématem je Život se značkami: v regálu a uvnitř vaší vlastní společnosti. Další diskutované oblasti budou zahrnovat například Novinky z EU: Nové regulace a jejich vliv na privátní značky, Nový spotřebitelský výzkum zaměřený na nákupní chování, Marketingová studie: Biopotraviny dnes. Tradiční součástí setkání zaměřeného na privátní značky bude návštěva belgických supermarketů. Více informací na www.plmainternational.com.

Řízení procesů v reálném čase

Společnost Infor představila na americké výstavě National Retail Federation 2008 nejnovější verzi Infor CRM Epiphany Outbound Marketing 7.1, řešení pro aktivní marketing s odvětvově specifickými funkcionalitami. Tato verze umožňuje obchodním společnostem rychle zavést událostně řízené kampaně, které měřitelným způsobem zvyšují prodej a loajalitu zákazníků. Nabízí také řadu inovací, které zlepšují efektivitu odchozích marketingových kampaní, včetně schopnosti plánovat progresivní kampaně. Aby byl událostně řízený marketing úspěšný, kampaně musí generovat nabídku, jež souzní se zákaznickovými požadavky. Událostí může být cokoliv – od vyprázdnění virtuálního košíku v on-line prodejně až po nepřijetí několika telefonických hovorů zákazníkem v krátkém čase.

Nový projekt ve Varšavě

Orco Property Group, realitní investor, developer, správce nemovitostí a investičních fondů působící na realitním a hotelovém trhu ve střední Evropě, oznámila, že uzavřela akvizici pozemku ve Varšavě. Jde o 22,4 ha pro nové logistické centrum v ulici Okólna ve městě Marki, v 1. zóně varšavské oblasti skladovacích prostor se skvělou dostupností centra Varšavy, vzdáleného 12 km. Na pozemku se

(Pokračování na stránce 3)

Server Biodoskol.cz spuštěn

Na začátku roku 2008 byla dokončena webová prezentace pilotního projektu Biopotraviny do škol, která na adrese www.biodoskol.cz nabízí informace a rady, jak zavádět biopotraviny do školního stravování. Veškeré informace na webu jsou zdarma k dispozici zájemcům z řad škol, školních kuchyní či místních iniciativ rodičů. Web nabízí také seznamy dodavatelů biopotravin.

Svoji nabídku biopotravin může přidat kterýkoli biofarmář, výrobce biopotravin nebo obchodník, slouží mu k tomu jednoduchý formulář. Prostřednictvím www.biodoskol.cz se může každá škola, která již biopotraviny vyzkoušela, podělit se o své zkušenosti a inspirovat tak další školy k následování.

Stock Plzeň bude distribuovat Garrone

Stock Plzeň uzavřel distribuční smlouvu s italským výrobcem vermutů a aperitivů, firmou RO.D.I.A. Firma se tak stala výhradním distributorem výrobků značky Garrone. V loňském roce činily prodeje vermutů Garrone na českém a slovenském trhu zhruba 450 tisíc litrů. „Naším cílem je jen v letošním roce zvýšit prodeje o pětinu. Myslíme, že na to Garrone má jednoznačný potenciál,“ uvádí ředitel prodeje a marketingu Stocku Plzeň Richard Švéda. Výrobky Garrone bude Stock Plzeň na trhu nabízet v pěti variantách: Bianco, Rosso, Extra Dry, Cherry a Bitter.

Revoluční zmrzlinový bar

Dne 12. ledna byl v pražském obchodním centru Palác Flóra zprovozněn zmrzlinový bar Nové Fruitissimo. Pobočka Fruitissimo Ice Cream prošla kompletní rekonstrukcí. Kombinace nadčasového designu od architekta Marka Deyla ze studia PHA, jednoduše corrianové konstrukce a vylepšeného vybavení celé prodejny představuje výrazný posun vpřed. „Celková rekonstrukce prodejny v Paláci Flóra představuje velmi důležitý krok v naplňování dlouhodobého cíle Fruitissima, kterým je nabízet na českém trhu novou image prodeje zmrzliny špičkové kvality. S hrdostí si dovoluji tvrdit, že se naše pobočka na Flóře nyní stala nejmodernější a nejlépe vybaveným zmrzlinovým barem v České republice,“ uvádí Jan Hummel, jednatel společnosti ARNB, které značka Fruitissimo patří.



Retail Summit 2008

Retail Summit 2008 se bude věnovat nejaktuálnějším tématům globálního maloobchodního trhu. Ten v současnosti zaznamenává razantní posuny a adekvátně se mění i priority nejvýznamnějších firem, které na něm působí. Svědčí o tom aktuální studie Top of Mind, kterou koncem loňského roku realizovala asociace CIES, sdružující klíčové obchodníky a dodavatele rychloobrátkového zboží. Program Retail Summitu 2008 (5. a 6. února 2008) se bude věnovat těmto novým prioritám, problematice CSR a otázkám zdraví a výživy spotřebitelů, velmi rozsáhlou pozornost. Více informací na www.gfk.cz a www.incoma.cz.

Stavba Truckparku Rozvadov pokračuje

I přes nepříznivé počasí se podařilo během prosince dokončit stavební výkopové práce na stavbě největšího a nejmodernějšího truckparku v ČR. Jedná se již o třetí projekt nesoucí značku Eurowag. Truckpark Eurowag Rozvadov, určený výhradně profesionálním řidičům, se bude rozkládat na ploše téměř 3 ha a poskytne mimo jiné komfortní stravování, shop, čerpací stanici na diesel a AdBlue s nejvyšším minutovým výkonem v ČR a střeženou parkovací plochu pro 70 vozidel. Zahájení provozu se předpokládá v první polovině března 2008. Stávající čerpací stanice, která bude nahrazena novou, zůstane otevřena do doby otevření nových provozů.

Velkopopovický Kozel je stále úspěšnější

I přesto, že spotřeba černého piva je stejná jako v předchozích letech, činí přibližně 2 % celkové spotřeby, prodeje „černého“ Velkopopovického Kozla vloni vzrostly o 8 %. Upevnil si tím své postavení jedničky mezi tmavými pivy v ČR, jeho tržní podíl je 35 %. „Celkově roste zájem o pivo se značkou Velkopopovický Kozel a je tomu tak i u černého piva, které je vyrobeno z unikátní směsi speciálních a kvalitních tmavých sladů dodávající pivo osobitý vzhled a chuť. Každé třetí černé pivo prodané v ČR tak nese naši značku. Pozitivní trendy pozorujeme nejen u lahového tmavého piva, ale také u čepovaného: jen za posledních pět let vzrostl počet restaurací, které jej mají v nabídce, o 40 %,“ říká Pavel Kmínek, manažer značky Velkopopovický Kozel.

(Pokračování ze stránky 2)

nyní nalézá ziskový projekt rozkládající se na 38 tisících m², který bude upraven podle plánů na postupnou výstavbu nových skladovacích prostor kategorie A o rozloze asi 50 tisíc m². V současné době probíhá výběrové řízení na návrh projektu.

Předpokládá se, že stavební práce budou zahájeny na konci roku 2008 a první fáze bude dokončena během roku 2009. Náklady investice jsou odhadovány na 60 milionů eur.

Kellogg Company nakupovala v Rusku

Společnost Kellogg Company, výrobce cereálií, sušenek a pochutin, oznámila, že koupila společnost The United Bakers Group, která je jedním z největších ruských výrobců keksů, sušenek a cereálií. Výrobky této firmy, prodávané především pod značkami Yantar a Lyubyatovo, zaujmají ve svých kategoriích nejvyšší příčky. Téměř 4000 zaměstnanců společnosti United Bakers přestoupí do firmy Kellogg Company, včetně jejího vedení. Akvizice zahrnuje šest výrobních závodů společnosti United Bakers rozmístěných po celém Rusku, stejně jako její rozsáhlou prodejní a distribuční síť. Společnost bude mít nadále fidejlitství v ruské Voroněži a bude podléhat evropské pobočce společnosti Kellogg Company. Podmínky transakce nebyly zveřejněny.

Greenpeace kamarád s Normou

Německý diskont Norma nejlépe pracuje s informační transparentností o rybích a ostatních mořských produktech. Tímto výsledkem skončila anketa organizace Greenpeace mezi jedenácti maloobchodníky. Podle Greenpeace reaguje diskont na nadměrné přemnožení ryb v mořích svou politikou odpovědného nákupu. „Naši obchodníci mají ve všech oblastech sortimentu striktně zadány kvalitativní požadavky pro nákup, a to zcela bez kompromisů. K těmto požadavkům také patří ohled na všechny zdroje,“ vysvětluje předseda představenstva diskontu Armin Rehberg. Norma opatřila mnoho svých rybích produktů pečeti deklarující transparentnost rybaření, díky které spotřebitel získá informace o oblasti a dni rybolovu a o metodě, jakou lov probíhal.

Personálie

- Manažerkou marketingu společnosti TNT Post ČR se stala Blanka Mikulová. Nahradila tak Petra Duška, který v TNT Post působil od dubna roku 2007. Do TNT Post přišla Blanka Mikulová v roce 2005 na pozici CRM specialista, poté pracovala na pozici brand manager. Aktivně se podílela na rebrandingu společnosti ADM (Agentura pro distribuci a marketing) po dokončení akvizice TNT Post v roce 2005.

Elektronická příloha časopisu Regal. Vychází jednou týdně. Registrován pod ISSN 1801-4976. Kontakt: Regal, Economia, a.s., Dobrovského 25, 170 55 Praha 7; Radana Čechová, šéfredaktorka, tel.: 233 073 152, fax: 233 072 021, <http://www.eregal.cz>, regal@economia.cz; Magda Etzlerová, inzertní manažerka časopisu, tel.: 233 073 170, fax: 233 072 730, magda.etzlerova@economia.cz. © Všechna práva vyhrazena. Bez předchozího písemného souhlasu vydavatelství Economia, a.s., je zakázána jakákoliv další publikace, přetištění nebo distribuce (tištěnou i elektronickou formou) jakéhokoli materiálu nebo části materiálu zveřejněného v tomto PDF servisu. Společnost Economia, a.s., využívá agenturní zpravodajství ČTK, která si vyhrazuje veškerá práva. Publikování nebo šíření obsahu ze zdrojů ČTK je výslovně zakázáno bez předchozího písemného souhlasu ze strany ČTK.