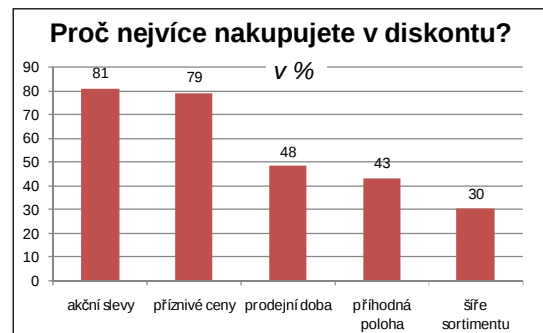
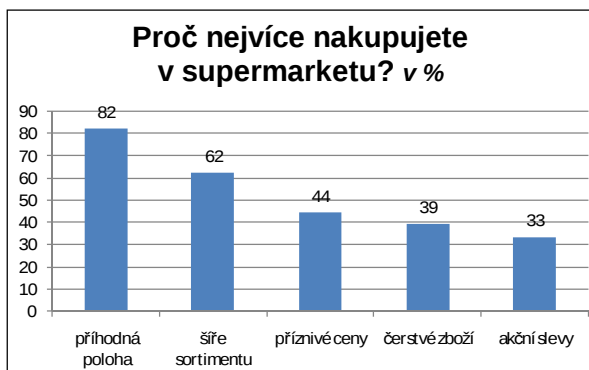


Diskonty – nejrychleji se rozvíjející formát v ČR

Podle výzkumu Supermarket & Diskont 2008 společnosti Incoma Research, GfK Group, se český maloobchodní trh stabilizoval. Oproti předminulému roku nedošlo k výrazným posunům v preferencích jednotlivých typů prodejen. Přibližně dvě pětiny (41 %) českých domácností opět uvedly jako své hlavní nákupní místo hypermarket, pětina diskontní prodejny (21 %), pětina menší prodejny (19 %), 17 % supermarket a 2 % jiný typ prodejny.

Hypermarket je dlouhodobě nejoblíbenějším nákupním formátem od roku 2002, kdy vystřídal do té doby upřednostňované menší prodejny, zatímco obliba diskontních prodejen si udržuje dlouhodobě rostoucí trend. Obliba supermarketů se již třetím rokem drží na svém historickém minimu, přestože v letošním roce zaznamenala malý nárůst. Mírný pokles oblíbenosti provází malé samoobsluhy a pultové prodejny.

Diskontní prodejny představují nejrychleji se rozvíjející maloobchodní formát. Jejich počet se od poloviny 90. let více než zdesetinásobil. S rostoucím počtem diskontních prodejen posiluje pozice diskontních řetězců na trhu a zároveň se zvyšuje jejich vlastnická koncentrace. V současnosti působí na českém trhu přibližně 560 prodejen potravinářských diskontů a dalších asi 200 s charakteristickými prvky diskontního prodeje. Celkovou rozlohou jsou největší diskontní plochy ve Středočeském kraji, kde zabírají přes 63 tisíc m², což je 15 % všech diskontních ploch v ČR. Nejmenší celková plocha diskontních prodejen je ve Zlínském kraji – necelých 17 tisíc m². V ČR je přitom v průměru 40 m² diskontní plochy na 1000 obyvatel.

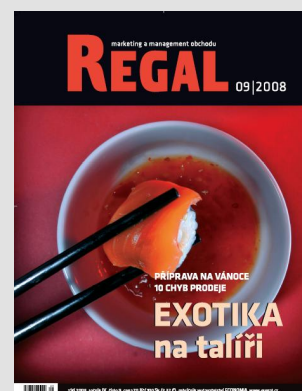


jsou supermarkety spotřebních družstev, situované často v menších městech (silné pozice mají hlavně v jižních Čechách). Tento vývoj vede ke značné územní nerovnoměrnosti ve vybavení supermarketovými plochami. Na jedné straně jsou v ČR okresy s více než 100 m² prodejních ploch supermarketů na 1000 obyvatel, na straně druhé existují okresy s několika málo či dokonce žádným supermarketem („prázdné“ jsou zejména západní a východní Čechy).

V Praze a okolí je už deset Žabek

Síť prodejen Žabka se rychle rozrůstá. Od dubna, kdy oficiálně vstoupila s první prodejnou na český trh, už otevřela celkem deset poboček, a to především v Praze. První mimopražská Žabka je ve Slaném. Po první fázi, kdy se společnost zaměřila spíše na vyhledávání vhodných prostor, začíná zrychlovat svoji expanzi a do konce roku se chystá otevřít ještě nejméně dvacet prodejen. Do tří let by Žabka chtěla mít až 250 prodejen po celé České republice.

„Naším cílem bylo do konce tohoto roku vybudovat padesát obchodů. Kromě již otevřených prodejen máme v tuto chvíli uzavřených více než čtyřicet dalších smluv na další prostory, které začínáme adaptovat podle našich potřeb. Předpokládám, že většinu nově vybudovaných prodejen otevřeme do konce roku a v expanzi budeme dál pokračovat. Celkem by jen v Praze mohlo vyrůst až 100 prodejen Žabka,“ říká Zdeněk Linhart, generální ředitel společnosti Žabka.



V 9. ČÍSLE NAJDETE:

- Etnické potraviny
- Deset chyb prodeje
- Vánoční nabídka

Regal 9/2008 vyjde 23. září
Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

CIES Marketing Forum 2008

Od 4. do 6. listopadu se v Budapešti uskuteční akce určená pro ty pracovníky marketingu, kteří vyhledávají detailní informace o maloobchodě, inovacích a inspiraci z celého světa, CIES Marketing Forum. Letošní ročník bude zaměřen na přednášky z marketingu, především z nových trhů, o inflačním období a ostatních odvětvích.

Účastníci se seznámí s vhodnými příklady a nápady, jak získané vědomosti aplikovat v jejich firmách. Praktické zkušenosti zde budou prezentovat zástupci společností: Dairy Farm, DIA, ICA, Metro Cash & Carry International, Olivier (ruský retailer), Shell, Tesco, Unilever, Waitrose, Wal-Mart a dalších. Součástí programu je také návštěva budapešských míst prodeje – Market Hall, Tesco a Metro C+C, kde budou průvodci jejich manažeri marketingu.

Program a seznam mluvčích najdete na internetových stránkách fóra CIES Marketing – www.ciesmarketingforum.com.

Cono Sur a CarbonNeutral delivery

Po splnění požadovaného komplexního procesu získalo vinařství Cono Sur Winery globální status CarbonNeutral delivery pro veškerý svůj globální export vín značky Cono Sur. Tento chilský výrobce vína umístí logo CarbonNeutral delivery na svých produktech. Status CarbonNeutral delivery znamená, že emise CO₂ vznikající při expedici vín Cono Sur byly změřeny a vyváženy na čistě nulovou úroveň prostřednictvím projektů na snižování emisí skleníkových plynů. Vinařství se rozhodlo podporovat zejména projekty zaměřené na obnovitelné zdroje energie, jedná se konkrétně o projekt větrné energie v Turecku.

City Self-Storage ČR otevřela nové sklady

Česká pobočka norské společnosti City Self-Storage, která pronajímá skladovací kóje pro osobní i firemní použití, otevřela své třetí skladovací prostory v ČR, v Praze 6 - Dejvicích. Na celkové ploše 2780 m² skladovacích prostor lze uschovat v 315 kójích o velikosti od 1 do 50 m² téměř cokoliv – sportovní vybavení, sezonní věci, přebýtečný nábytek, elektroniku. Firmám slouží úložné prostory k archivaci nebo uskladnění zboží. Skladovací systém City Self-Storage je na rozdíl od tradičního skladování flexibilní a pohodlný. Sklady si zákazník může pronajmout na dobu od jednoho týdne. Pro snadné nakládání a vykládání může dojet přímo k úložným prostorům a má zdarma k dispozici vozíky. Přístup je neomezený: 24 hodin denně 7 dní v týdnu.

Soukromé úschovny City Self-Storage mají propracovaný bezpečnostní systém. Celý areál je střežen průmyslovými kamerami uvnitř i vně budovy, včetně přístupových ploch, výtahu a recepce. Budovy jsou chráněny poplašným a protipožárním systémem. Každá úložná místnost má své vlastní poplašné zařízení a je sledována z recepce. Zákazník má vlastní bezpečnostní přístupový kód. Počítačem řízená vstupní brána umožňuje přístup pouze na základě osobního přístupového kódu zákazníka. Další zabezpečení poskytuje vlastní visací zámek zákazníka. Česká pobočka City Self-Storage provozuje v současné době v České republice tři sklady – v Holešovicích (Praha 7), Dejvicích (Praha 6) a na Pankráci (Praha 4).

Toyota a BT spolu

BT Česká republika mění své obchodní jméno na Toyota Material Handling CZ (TMH CZ). Nová společnost se stává jediným oficiálním distributorem čelních vysokozdvizných vozíků a tahačů značky Toyota a skladové manipulační techniky BT na českém trhu. Sídlo firmy zůstává i nadále v Rudné u Prahy, rovněž provoz centrálního servisního dispečinku, akceschopnost sítě více než sedmdesáti mobilních servisních techniků pokrývajících rovnoměrně celou republiku, činnost centrálního skladu originálních náhradních dílů i řízení rozsáhlé pronájemní flotily zůstává stabilní a v kvalitě BT. Personální obsazení v prodejním i servisním týmu bylo posíleno takovým způsobem, který odpovídá nové tržní situaci a současným cílům společnosti.



KlasA soutěží a propaguje

Od září až do poloviny prosince mají spotřebitelé čas sbírat obaly z výrobků oceněných značkou KlasA. Mohou za ně vyhrát termohrnky nebo termosky a na dva nejúspěšnější soutěžící čeká kuchyňské vybavení Tescoma v hodnotě 60 tisíc Kč. Soutěže se může zúčastnit každý, kdo nasbírá alespoň 10 ústřížků z obalů potravin se značkou KlasA a zašle je spolu s účtenkou z obchodu a vyplněným letákem.

Ten lze získat na propagačních akcích v hypermarketech nebo stáhnout na webových stránkách www.eklasa.cz. Od září do konce října se s touto značkou konají také propagační akce v hypermarketech Tesco. Spotřebitelé získávají za nákup výrobků se značkou KlasA dárek. Hostesky nakupujícím radí, kde v regálech takto označené výrobky najdou.

ASPA plánuje další růst

Tržby přesahující 200 mil. Kč a zisk po zdanění přes 5 mil. Kč plánuje v tomto roce internetová akciová společnost ASPA Hradec Králové. Představuje to pokračování růstu z předcházejících období. Informoval o tom manažer pro internetové projekty firmy Tomáš Pětivoký s tím, že společnost pravidelně od roku 2004 dosahuje kladného hospodářského výsledku. Firma v současnosti provozuje sedm serverů zaměřených na prodej hardwaru a připojení k internetu, na ubytovací služby a obchod s dárkovým zbožím. „Nejvíce se na tržbách firmy podílejí projekty wifi.aspa.cz a hotely.cz“, říká Tomáš Pětivoký. ASPA přitom disponuje nejrozsáhlejší nabídkou zařízení a příslušenství pro bezdrátové připojení k internetu (WiFi).

Obliba plechovkového piva roste

Pivo v plechovkách je pro české spotřebitele stále přijatelnější. To je jeden ze závěrů dvou podpůrných kampaní, které se v průběhu května až srpna uskutečnily na 18 místech v ČR pod sloganem „Plechovka je lepší“. Kampaně, které se zaměřily na kupující ve 12 provozovnách Makro Cash&Carry ČR a na spotřebitele na šesti koupalištích, uspořádala organizace BCME, Asociace evropských výrobců plechovek.

Jak uvádí Göte Nylin, představitel marketingového výboru BCME, je potenciál růstu spotřeby plechovkového piva u nás obrovský. „Na českém trhu jsme svědky docela rozumného rozvoje, který může vést k podstatnému nárůstu prodeje plechovkového piva. A protože podíl plechovkového piva hned v sousedním Slovensku je čtyřnásobný, jsme velmi optimističtí, když sledujeme podobný vývoj na českém trhu“, dodává.

Tesco Fresh & Easy roste

Americké obchody Fresh & Easy, které vlastní britské Tesco, se nedávno rozrostly o další tři přírůstky, a to v Arizoně. Celkově tak bude v tomto americkém státě 24 prodejen tohoto formátu, v celých USA pak 81.

Podle mluvčího firmy Brendana Wonnacutta překročily prodeje výrobků s privátní značkou Fresh & Easy všechna očekávání. Firma rozšířila nabídku o dalších 250 produktů pod vlastní značkou.

dm drogerie s rekordním obrátem

Obchodní rok 2006/2007 znamenal pro koncern dm nejúspěšnější rok jeho historie. Celkový obrát dosáhl výše 1,133 mld. eur. Skupina, která čítá na 2000 prodejen v Evropě, otvírá nové prodejny ve vybraných místech, jako jsou například lokality v centrech měst a nákupní centra.

Zatím poslední tisící obchod otevřela 29. srpna 2008 v rakouském Salcburku v novém nákupním centru „Forum 1“. První prodejna dm v Rakousku byla otevřena v roce 1976 v Linci. Dosud nejmladší dceřinou společností je dm Bulharsko, která otevře svoji první prodejnu na začátku roku 2009.

Skupina X5 přehodnotila výsledky

Ruská maloobchodní skupina X5 předpověděla nižší ukazatel EBITDA pro finanční rok 2008, než uváděla dříve. Podle oznámení firmy je důvodem změny očekávaných výsledků začlenění hypermarketů Karusel do finanční zprávy X5. Zpráva za první pololetí roku 2008 zahrnovala EBITDA za všechny formáty kromě Karuselu s 9 % z prodeje, zatímco EBITDA Karuselu za stejné období činila pouze 6,4 % z prodeje. Karusel také oznámil negativní čistý zisk ve výši 7,8 mil. dolarů.

Carrefour má lifestylový časopis

Francouzská maloobchodní firma Carrefour představila v Belgii nový časopis nazvaný Simply You. Je zaměřen na ženskou část nakupujících tohoto retailera, bude nabízet recepty a také rady týkající se dekorací pro domácnost a módních trendů. Simply You bude vydáván čtyřikrát do roka a rozeslán 400 tisícům žen, které nakupují v belgickém Carrefouru. K dostání bude také v místech prodeje. Maud Leschevin, marketingový ředitel belgického Carrefouru, označuje časopis za nový způsob komunikace se ženami, které představují 70 % zákazníků tohoto retailera na daném trhu.

Leclerc bez hudební stránky

K 8. září 2008 ukončil francouzský retailer Leclerc provoz své internetové stránky pro stahování hudby Musicetmoi.com (Hudba a já). Ve stejný den převzala tuto webovou stránku společnost Nokia. Tato služba zahájila provoz v prosinci 2006 s 1,5 milionu písní ke zpoplatněnému stažení.

Zaří v dm ve znamení biopotravin

Pro všechny příznivce biopotravin připravila společnost dm drogerie markt týden ve znamení výhodných nabídek, akční týden Bio (8. 9. až 14. 9. 2008). Při zakoupení minimálně dvou výrobků ze sortimentu biopotravin označených v regále závěsem „Kupte 2, ušetřete 10 %!“ získali zákazníci slevu 10 % na každý z nich. „dm zaujímá, co se obrátí v kategorii biopotravin týká, druhé místo na českém maloobchodním trhu. Zákazníci si mohou vybírat ze širokého sortimentu biopotravin značky AlnaturA. Nabídku neustále rozšiřujeme a doplňujeme o nové výrobky s cílem uspokojit nároky a přání našich zákazníků. V biokvalitě jsou v dm k dostání jak základní potraviny, tak i příkrmy pro nejmenší, cukrovinky, koření, čaje a mnoho dalšího,“ říká Lukáš Kozděra, manažer reklamy.

Walmart je jediným vlastníkem Aminostaru

Výrobce doplňků stravy a léků Walmart oznámil, že získal zbývajících 25 % ve společnosti Aminostar, výrobci doplňků stravy a výživy pro sportovce. Tato transakce souvisí se snahou firmy stát se významným hráčem i na trhu s výživou pro sportovce. Walmart do Aminostaru majoritně vstoupil v polovině roku 2006, kdy odkoupil 75 % akcií od zakladatele firmy Josefa Bukvice. Ten do letošního roku vykonával funkci jednatele společnosti, ve které jej vystřídal Gejza Valent, který dosud vedl obchodní oddělení jeho nápojářské divize. Výkonný ředitel Walmarku Petr Turoň doplňuje: „Již při našem vstupu do Aminostaru jsme počítali s tím, že oblast sportovní výživy skýtá mnoho synergií s naším sortimentem doplňků stravy a léků po stránkách vývoje, výroby, prodeje i marketingu. To se nám po dvou letech našeho působení v Aminostaru potvrdilo, stejně jako fakt, že se jedná o segment s velkou perspektivou růstu nejen v tuzemsku, ale i v zahraničí.“

Bohemia Sekt vybrala dodavatele logistických služeb

V průběhu letních prázdnin podepsaly společnosti Bohemia Sekt a Hopi novou smlouvu o skladování a přepravě hotových výrobků a zboží a o poskytování dalších služeb. Za vinařskou skupinu smlouvu podepsal generální ředitel a předseda představenstva Josef Vozdecký, za logistickou firmu jednatel František Piškanin. Podpisem smlouvy bylo současně ukončeno i výběrové řízení na dodavatele logistických služeb. Přihlásilo se osm logistických firem, ze kterých pět splnilo daná kritéria. Do druhého kola postoupily tři společnosti, které dostaly možnost osobní prezentace svých nabídek. Ve finálovém výběru se rozhodovalo mezi dvěma nejlepšími nabídkami.

Mio nabízí možnost získat až 100 eur

Společnost Mio Technology připravila na podzim promoakci, ve které má každý, kdo od 1. září do 15. října 2008 zakoupí navigaci Mio Moov v akčním balení, možnost získat až 100 eur. Akce nazvaná „Kup Mio a vyhrať 100 eur!“ se vztahuje na autonavigace z aktuální série Moov, konkrétně Moov 330 a Moov 360 ve verzi Europe Plus (verze s mapovými podklady 38 zemí Evropy). Všichni zákazníci, kteří v uvedeném období zakoupí jednu z těchto navigací, získají 10 eur, nebo se mohou zaručeně odměny vzdát a hrát o 100 eur. Soutěž probíhá na internetových stránkách www.wepayforyourmio.com.

Becherovka přebírá vodku Absolut

Čtyři akcionáři společnosti Maxxium (Vin & Sprit/Pernod Ricard, Remy Cointreau, The Edrington Group a Beam Global Spirits & Wine) dospěli k dohodě o předčasném ukončení distribučního kontraktu pro značky společnosti Vin & Sprit společnosti Maxxium. K integraci portfolia, zahrnujícího i značku Absolut, do distribuční sítě skupiny Pernod Ricard dojde již 1. října 2008. K tomuto datu převezme značky Vin & Sprit také společnost Jan Becher – Karlovarská Becherovka/Jan Becher – Slovensko. Společnost Maxxium v současné době distribuuje portfolio značek Vin & Sprit na většině hlavních trhů mimo Spojené státy.

COOP o sobě dává více vědět

Skupina COOP, šestý nejsilnější maloobchodník na českém trhu, dosáhla za první pololetí letošního roku obrát 13,8 mld. Kč. Oproti stejnému období loňského roku tak vykázala růst o 7,4 %. Koncem srpna uzavřela skupina COOP se společností Global Payments Europe smlouvu na dodávku a zajištění služeb 1870 multifunkčních platebních terminálů. Kromě rozšiřování nabídky služeb prosazuje COOP také jednotnou komunikaci se zákazníky. Ta začala rebrandingem exteriérů prodejen. Náklady na rebranding dosáhnou zhruba 70 mil. Kč a z větší části jsou financovány ze zdrojů Svazu českých a moravských spotřebních družstev. Na rebranding navázala první reklamní kampaň značky COOP v celoplošných médiích, jejíž hlavní část byla zahájena 15. září. Bude probíhat v televizi, tisku i rozhlasu.

Předplatitelé časopisu REGAL mají přístup do on-line archivu ZDARMA na adrese
<http://predplatitel.ihned.cz>

Metro se chystá do Kazachstánu

Cash & Carry divize skupiny Metro zvažuje vstup do Kazachstánu. Expanze začne v létě 2009 v tamním hlavním městě Astaně. Tímto krokem vstoupí skupina do 33. země. Plán počítá s potenciálem pro 10 až 15 prodejních míst při investici ve výši mezi 15 a 20 mil. eur do každé z nich. Důvodem vstupu na tento trh je silný ekonomický růst kazašského hospodářství. Podle Franse W. H. Mullera, CEO Metro C&C International, nabízí dobře se vyvíjející hotelový a gastronomický segment, stejně tak i rychle se rozvíjející terciární sektor velké možnosti pro činnost v rámci sebeobslužného velkoobchodního podnikání.

Personálie

- Výkonným ředitelem společnosti Macromex Czech byl jmenován Jiří Vrbický. Předtím působil na manažerských pozicích v Českém Telecomu/Telefónica O2 Czech Republic (naposledy jako ředitel pro korporátní klientelu ze služeb a obchodu) a ve společnosti Lekkerland ČR, kde zastával pozici výkonného ředitele a jednatele pro ČR a Slovensko. Letos je jeho primárním cílem etablování značky Macromex na českém trhu. Novým obchodním ředitelem této firmy se stal Jan Veselý, který přichází ze společnosti Polar Trading, kde působil jako obchodní ředitel. Jeho současným cílem je vytvoření obchodního týmu a rychlá expanze na trhu v ČR a na Slovensku.
- Vedení divize profesionální vlasové kosmetiky Schwarzkopf Professional společnosti Henkel ČR se od 1. září ujala nová country manažerka pro Českou republiku Dagmar Pleváčová. V této funkci převezme pomyslné žezlo po Alanu Lohniském, který ke stejnému datu opustil firmu. Dagmar Pleváčová má mnohaleté manažerské zkušenosti, naposledy působil ve společnosti GROHE jako business development manažerka pro východní Evropu.
- Advokátní kancelář bpv Braun Haškovcová, která je členem aliance bpv Legal působící ve střední a východní Evropě, představila novou kolegyni. Zuzana Rejlková byla s účinností k 1. září jmenována daňovou manažerkou. Bude mít na starosti daňové poradenství pro české a zahraniční klienty.
- Obchodní ředitelkou developerské společnosti Finep CZ je Sylva Krtilová. Na starosti bude mít kromě vedení obchodního oddělení i vedení prodejního a klientského centra.