

line REGAL

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 4/08, 29. 1. 2008

TOP 10 obchodů v České republice v roce 2007

V roce 2007 došlo k dalším významným změnám ve struktuře českého obchodu. Již přelom roku 2005/2006 nastartoval změny, které nemají od počátku 90. let obdoby, a to fúze největších obchodních řetězců patřících do TOP 10 obchodních firem. K důsledkům těchto změn patří nejen rychlá koncentrace trhu, ale pro mnoho zákazníků také odchod některých oblíbených řetězců ze scény.

Aktuální přehled vývoje obchodu v České republice přináší i v letošním roce společnost Incoma Research spolu s časopisem Moderní obchod.

V roce 2007 bylo patrně nejviditelnější změnou na trhu převzetí řetězce Delvita skupinou Rewe a jeho postupné sbližování s řetězcem Billa. Zásadnější změny v pořadí firem však rok 2007 nepřinesl. První místo obhájila skupina Schwarz (zahrnující hypermarkety Kaufland a diskonty Lidl). O druhé a třetí místo se dělí maloobchodní společnosti Ahold ČR a Tesco Stores ČR. Na další příčce se umístila společnost Makro Cash&Carry, která (přestože neotvírala nové prodejny) dosáhla meziročního nárůstu obrátu. Skupina Rewe (supermarkety Billa, od poloviny roku síť Delvita a diskontní prodejny Penny Market) je na páté pozici. Šestá společnost Globus ČR stabilně vylepšuje své výsledky převážně díky organickému růstu, což je na českém silně konkurenčním trhu mimořádný úspěch. Na dalších pozicích se již tradičně objevují skupiny Tengelmann a SPAR ČR a již zmíněné GECO Tabak a PEAL.

Podíl TOP 10 obchodních společností na trhu rychloobrátkovým zbožím vzrostl meziročně o tři procentní body a dosáhl 66 %, což je úroveň srovnatelná s vyspělými západoevropskými ekonomikami. Vývoj pozice obchodních formátů potvrzuje změny, které se začaly postupně projevovat již od roku 2004. Tehdy trh dosáhl jisté míry saturace, započala současná vlna firemních fúzí a současně se začalo velice výrazně měnit nákupní chování, jak jej ukazuje např. projekt Shopper Typology společnosti Incoma Research. Diferencuje se i postoj nakupujícího k různým nákupním příležitostem. Rodinný nákup a doplňování domácích zásob přestává být jedinou objemově zajímavou nákupní příležitostí. S růstem objemu neplánovaných nákupů se stále více rozvíjí i formát convenience.

Na tento vývoj reagují obchodníci rozšiřováním spektra svých obchodních formátů. Například Tesco, které kladě stále větší důraz na rozvoj menších prodejen, otevřelo v roce 2007 také první prodejny Express, specialisty na konvenience. Podobně se diferencuje nákupní chování ve vztahu k různým kategoriím, a to i v rámci rychloobrátkového zboží. Výrazně roste počet zákazníků, které vyhledávají specializované prodejny (drogerie, elektro, řeznictví, pekárny atd.).

Cushman & Wakefield otevírá na Slovensku

Ve středu 23. ledna otevřela v Bratislavě vlastní kancelář poradenská společnost v oboru realit, Cushman & Wakefield. Vedením slovenské kanceláře je pověřen Andrew Thompson, partner a dosavadní vedoucí týmu kancelářských nemovitostí v České republice.

Slovenská kancelář působí jako dceřiná společnost C&W Česká republika. Nabídne kompletní služby ve všech sektorech realitního trhu včetně pronájmu nákupních center, kancelářských a průmyslových ploch nebo hotelů. „Silný ekonomický růst, který by měl letos dosáhnout 7 %, pobízí současné nájemce k růstu a zároveň láká nové nájemce a investory. Výnosy z investic pohybující se od 6 % u kancelářských nemovitostí až po 7 % u průmyslových objektů jsou o půl až jeden procentní bod vyšší než u obdobných produktů v České republice,“ říká Andrew Thompson. Současné aktivity Cushman & Wakefield na Slovensku zahrnují pronájem obchodních ploch v pěti nákupních centrech o celkové rozloze 140 tisíc m², včetně Pribina Galeria v Bratislavě (developer Ballymore) či Laugaricio Trenčín (CBE).



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 vyšel 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

Prodejny Extra pod taktovku Metra

Obchodní řetězec Metro se chystá prodat síť svých prodejen Extra.

Celkem 245 prodejen s obrátem zhruba 1,6 miliardy eur by mělo k 1. červnu letošního roku přejít do rukou obchodního řetězce Rewe. Informoval o tom německý deník Financial Times Deutschland.

Odprodej prodejen Extra je prvním krokem v plánu zbavit se obchodů s nízkými maržemi, ke kterému se přiklonil šéf řetězce Metro Eckhard Cordes. Ten do svého úřadu usedl vloni na podzim.

Podle jeho slov se tímto odprodejem řetězec nyní soustředí na obchodní domy Real, čímž chce ještě posílit své postavení na německém trhu. Nad výši odkupní ceny se vznášá mrak mlčení.

Albert si zaregistroval nové známky

V souvislosti s připravovaným rebrandingem obchodních sítí Albert a Hypernova na jednotnou značku Albert sjednocuje společnost Ahold název a vizuální identitu stávajících vlastních značek výrobků s novou značkou prodejen. Za tímto účelem si Ahold zaregistroval značky Albert Bio, Albert Excelent a Albert Quality. „Kategorii vlastních výrobků hodláme do budoucna rozšířit o bio-výrobky a prémiové zboží. Zatím je předčasné zveřejňovat termín uvedení nové značky vlastních výrobků na trh stejně jako jejich marketingovou podporu,“ uvedl Libor Kytýř, ředitel komunikace Aholdu.



Změní se reklama zaměřená na děti?

Evropský závazek je závazek změnit způsob inzercie potravin a nápojů v televizi, v tištěných médiích a na internetu zaměřené na děti do 12 let v rámci Evropské unie. Společnosti, které slib podepsaly, již svá dobrovolná podniková opatření na splnění tohoto cíle zavedly nebo je zavedou do konce roku 2008. Tato dobrovolná opatření přijali výrobci potravin a nápojů v rámci v Evropské akční platformy pro stravu, fyzickou aktivitu a zdraví s cílem podpořit rodiče, kteří se snaží prosazovat zdravý životní styl. Zúčastněné společnosti jsou Burger King, Coca-Cola, Danone, Ferrero, General Mills, Kellogg, Kraft, Mars, Nestlé, PepsiCo a Unilever.

Uvedené společnosti, které v EU představují více než 50 % výdajů na reklamu na potraviny a nápoje, zveřejní své konkrétní závazky v oblasti reklamy v průběhu roku 2008 na webové stránce Evropského závazku www.eu-pledge.eu a tyto závazky uvedou do praxe nejpozději 31. prosince 2008. V případě fúzí a akvizic bude pro zavedení opatření podle tohoto Evropského závazku povoleno přiměřené přechodné období.

Uvedené společnosti se dohodly, že jejich konkrétní závazky budou prokazatelně splňovat tato minimální kritéria:

- 1) Žádná produktová reklama cílená na děti do 12 let, s výjimkou produktů, které splňují specifická výživová kritéria založená na přijímaných vědeckých důkazech anebo platných národních a mezinárodních výživových předpisech. Pro účely této iniciativy se „reklamou cílenou na děti do 12 let“ rozumí reklama cílená na mediální publikum, které nejméně z 50 % tvoří děti do 12 let.
- 2) Žádná komunikace týkající se produktů na základních školách, s výjimkou případů, kdy tato komunikace bude speciálně vyžádána nebo povolena vedením školy pro vzdělávací účely.

V souladu s referenčními podmínkami Evropské platformy jsou signatáři závazku povinni sledovat plnění svých závazků transparentním, zodpovědným a participativním způsobem. Nezávislý monitoring plnění Evropského závazku se bude týkat televizní, tištěné a internetové reklamy a bude zahájen v lednu 2009.

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/nove



economia
OBSAH ROZHODUJE

Nově strategický Mars

Výrobce sladkostí a cukrovinek Mars zvýšil v minulém roce své obraty o 4 % oproti předchozímu roku. Tím se podle vlastní údajů dostal nad vývoj celkového trhu, který rostl pouze o 1,1 %. Celkový obrat podniku za loňský rok činil více než 500 milionů eur.

Zvláště úspěšně se vyvíjela značka Mars Delight. Jak zaznívají hlasy odborníků, díky zavedení tzv. miniformátů a zalistování značek v diskontu Aldi by mohly obraty dosáhnout až 38% růstu.

Na trhu s čokoládovými tyčinkami dosáhl podnik celkového růstu obratu ve výši 6,9 %, čímž zvýšil svůj podíl na trhu na 32,4 %. Do nového obchodního roku vstoupil Mars s novou marketingovou strategií, jako první se představí Snickers se svou reklamou na mistrovství Evropy ve fotbale.

Podražení německého nealka

Německý Hospodářský spolek nealkoholických nápojů (wafg) očekává, že by v příštích dnech na německém trhu mohly stoupnout ceny mnoha nealkoholických nápojů.

„Zvýšení cen by mohlo potkat zvláště ty nápoje, u kterých stoupla cena výrobních surovin, např. nápoje s vysokým podílem vlákniny,“ vysvětluje prezident wafg Martin Möller.

Podle údajů odborníků z této branže klesla v minulém roce spotřeba nealkoholických nápojů v Německu o 1 % na 294,3 litrů na hlavu. Möller to přičítá především deštivému létu.

Největší ztráty si připsal jak prodej vody (minus 3,5 %), tak prodej ovocných šťáv a džusů (minus 3,7 %). Wafg kromě toho varuje i před regulační snahou ze strany Evropské komise v potravinářském sektoru. „Pokud nebude bruselská regulace alespoň trochu utlumená, můžeme se obávat velkých změn na trhu ke škodě především středně velkých podniků, do kterého patří také právě výrobci nealkoholických nápojů,“ varuje Möller.

Smirnoff s novou příchutí a promoaktivitami

Výrobce alkoholických nápojů Diageo se chystá své letošní aktivity maximálně zaměřit na značku Smirnoff No. 21 a Black, a to jak v gastronomii, tak v samotném obchodě.

Po velmi úspěšném obchodním roce 2007 proto chce Diageo daleko víc posílit své promoaktivity. Na jaře 2008 se tak značka Smirnoff No. 21 na německém trhu představí ve výrazné promoakci, krátce před Velikonocemi, cca od března pak odstartuje další, tentokrát tzv. on-pack – ke každé láhvi bude možné získat buď ocelovou odměrku (panáka), nebo poukázku na jedno vydání časopisu Maxim gratis. Promoakce budou zaměřené také na tzv. den otců. Kromě toho by se v březnu měla objevit nová, borůvková příchut' vodky Smirnoff a obohatit tak své portfolio příchutí.

Prodejce nápojů Relax mění jméno

S platností od 1. ledna 2008 došlo ke změně jména distributora nealkoholických nápojů Tymbark-Maspex Czech na současně platné Maspex Czech. Se změnou jména společnosti dochází také ke změně loga. „Věřím, že se nám po několika změnách v názvu v posledních letech podařilo najít tu nejlepší variantu jména naší společnosti,“ uvedl generální ředitel společnosti Igor Ličko.

Společnost Maspex Czech je s podílem 19,4 % značkovým leaderem na trhu džusů, nektarů a nesycených ovocných nápojů (říjen-listopad 2007, zdroj: ACNielsen). Vlajková značka firmy Maspex – řada Relax – je nejsilnější značkou na trhu džusů, nektarů a nesycených nápojů s podílem 11,8 % v hodnotě za období říjen-listopad 2007 (zdroj: ACNielsen).

Nabídka společnosti zůstává nezměněna a zaměřuje se i nadále na rozvoj tří hlavních produktových řad – ovocných džusů, nektarů a nápojů značky Relax, ovocných šťáv značky Kubík a sycečných nápojů Original River. V této řadě nabízí Maspex Czech vedle tradičního Original River Tonicu také novinku – limonádu se zázvorovou příchutí Original River Ginger Ale. Vedle nealkoholických nápojů společnost dále distribuuje řadu instantních nápojů.

Jazz Café – další kavárenská síť

Reklamní agentura C&COM Advertising pro svého klienta Společnost LMB zrealizovala kompletní design interiéru a nábytku pro novou síť kaváren s názvem „Jazz Café“. Ty se nacházejí v nových samostatných křídlech areálů marketů Globus. Momentálně jsou v provozu již dvě restaurace, a to v Liberci a v Českých Budějovicích. Do konce roku jich však bude otevřeno dalších 18 na celém území ČR. Jakub Fabel, kreativní ředitel C&COM Advertising navrhl nejen design všech nových kaváren, ale také kompletní vizualizaci všech tiskovin a nové logo sítě kaváren Jazz Café.



Pro příjemné posazení hostů a oživení interiéru využil fotografie Marka Smejkal, který je známým hudebním fotografem. Kavárny Jazz Café se tak staly prostorem pro jeho stálou expozici. Pro samotnou netradiční realizaci interiéru využil Jakub Fabel, kreativní ředitel C&COM Advertising, klasické reklamní nosiče a materiály, jako jsou bannery, podlahové grafiky, roll-upy atd. Například technologii podlahové grafiky jsou vyrobeny originální desky jednotlivých stolků, roll-upy vytvářejí jednotlivé kóje kavárny a tak příjemně rozdělují prostor. Cílovou skupinou sítě těchto kaváren jsou především návštěvníci supermarketů.

Mediaservis doručuje pro Makro

Poštovní operátor Mediaservis získal před koncem roku zakázku doručování directmailových zásilek pro obchodní řetězec Makro Cash & Carry. Mediaservis doručuje plošně na dohodnutém území České republiky. Distribuce probíhá po celý rok a to dvakrát měsíčně. Zásilky Makro jsou největší adresnou kampaní v oblasti direct mailu v České republice.

Networking Meeting Tour '08 v Plzni

Společnost Centers Publishing zve na diskusní setkání zástupců městských a krajských úřadů Plzeňského kraje s developery, investory a dalšími realitními odborníky. Na programu jsou informace o současné situaci na trhu i o připravovaných projektech ve všech segmentech (office, shopping, rezidence, industry apod.). Akce proběhne 7. února 2008 od 13 hodin v Plzni na Anglickém nábřeží 1, v nejvyšším patře budovy Business Center Bohemia. Více informací získáte na www.centers.cz nebo na tel.: 602 489 107.

Čtete časopis REGAL!

Ukázkový výtisk ZDARMA si můžete
objednat na internetové adrese

<http://ib.ihned.cz/predpl/a/nazk.php?tit=RE>



Mercator a First Data společně v kartách Pika Card

Společnost First Data Corp., působící v oboru elektronických plateb a elektronických obchodních služeb, podepsala dohodu o technickém provozu platebních karet Pika Card se společností Mercator. Ta je maloobchodním řetězcem v jihovýchodní Evropě se sídlem v Lublani ve Slovinsku a provozuje hypermarkety, supermarkety a obchody se smíšeným zbožím ve Slovinsku, Chorvatsku, Srbsku, Bosně a Hercegovině a v Černé Hoře.

First Data podle podepsané smlouvy bude zajišťovat podporu tomuto oblíbenému věrnostnímu systému, včetně proplácení plateb v reálném čase. S kartou Pika mohou její věrní zákazníci získat slevu 3 až 6 % z každého nákupu v obchodech Mercator a v obchodech jeho partnerů.

V prosinci loňského roku ji mělo ve vlastnictví už přes 1 milion osob.

Rewe má zelenou

Pod vlastní bioznačku Rewe Bio převedl obchodní řetězec Rewe dosud na dvě stovky produktů od německého výrobce biopotravin Füllhorn, kterému byla udělena garance Evropské unie.

Od této doby odebírá řetězec pro svých více než 6000 prodejen Penny, Toom a ostatních prodejen po celém Německu stejně jako pro vlastní cestovní kanceláře Atlas a Depart a sklady elektrický proud pouze z obnovitelných zdrojů.

Personálie

- Tomáš Horáček (37) povede český tým PricewaterhouseCoopers pro poradenství při fúzích a akvizicích. Jeho úkolem bude rozvíjet a rozšiřovat služby v oblasti fúzí a akvizic pro klienty z řad českých i mezinárodních společností působících v České republice a v dalších zemích střední a východní Evropy.

- Andrew Thompson se stává výkonným ředitelem nové slovenské kanceláře Cushman & Wakefield v Bratislavě. Andrew Thompson nastoupil v roce 1997 do skotské kanceláře C&W v Glasgow jako Investment Surveyor. V Praze působil od roku 2000, kdy se stal vedoucím týmu pronájmu kancelářských prostor.

- Ondřej Fukal (39), vedoucí týmu správy nemovitostí v pražské kanceláři Cushman & Wakefield, se od ledna 2008 stal partnerem a zároveň společníkem firmy.

- Logistická společnost Gefco Česká republika má nového generálního ředitele. Stal se jím bývalý generální ředitel švýcarské a italské pobočky Gonzague Collong.

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 jakákoli 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.