

line REGAL

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 29/09, 1. 9. 2009

Stále žádanější kvalita a rozumná cena

Podle výzkumu Do-It-Yourself 2009 společnosti Incoma GfK je stále výrazněji hlavním hlediskem českého zákazníka při výběru zboží pro domácnost, dílnu a zahradu „dobrá kvalita za rozumnou cenu“. Při výběru konkrétní prodejny pro nákup tohoto zboží zase hraje prim odbornost, ochota a dostupnost personálu v kombinaci s rozumnou cenovou hladinou prodejny.

Dvěma nejvýznamnějšími faktory při výběru zboží pro domácnost, dílnu a zahradu jsou cena následovaná kvalitou. Až s velmi výrazným odstupem následuje např. vzhled výrobku, materiál nebo značka.

Cena hraje největší roli v případě nákupu svítidel a osvětlovací techniky, nejmenší význam má naopak při nákupu barev a malířských potřeb. Kvalita je zvláště důležitá při výběru nářadí, zejména u již zmiňovaných svítidel a osvětlovací techniky, kde se podobně jako u obkladaček významněji prosazuje faktor vzhledu.

Při výběru konkrétní prodejny pro nákup zboží pro domácnost, dílnu a zahradu hraje hlavní roli odbornost a dostupnost personálu prodejny, která je rozhodující téměř pro čtyři pětiny zákazníků. Těsně za faktorem personálu pak následuje rozumná cenová hladina s dobrými akčními cenami na prodejně, tento faktor je rozhodující pro tři čtvrtiny spotřebitelů sortimentu pro domácnost, dílnu a zahradu. Dalšími klíčovými faktory jsou možnost parkování u prodejny a široká nabídka DIY sortimentu.

Zboží pro domácnost, dílnu a zahradu nakupují české domácnosti nejčastěji v prodejnách řetězců OBI a BauMax; tyto řetězce navštívilo za poslední rok shodně téměř 60 % zákazníků. Řetězce Hornbach, Mountfield a Globus navštívila shodně téměř třetina domácností, které nakupují DIY sortiment. Oblíbený je také řetězec Bauhaus. Na území ČR bylo k 1. květnu 2009 v provozu celkem 80 klasických hobbymarketů. V roce 2008 dosáhl celkový obrát realizovaný řetězci velkoobchodu DIY v ČR téměř na úroveň přes 34 mld. Kč (při započítání obrátu řetězce Mountfield). Celková prodejní plocha hobbymarketových řetězců (včetně řetězce Mountfield) v polovině roku 2009 dosáhla téměř 590 tisíc m². V současné době působí na českém trhu DIY pět významných řetězců se širokosortimentní nabídkou (Bauhaus, BauMax, Globus Baumarkt, Hornbach, OBI) v téměř 30 městech. Celkově obklopují hobbymarketové řetězce velkou část DIY trhu, převážně ve větších městech (nad 40 tisíc obyvatel), kde malé specializované prodejny doplňují tržní mezery; menší prodejny naopak dominují spíše v menších městech a venkovských oblastech.

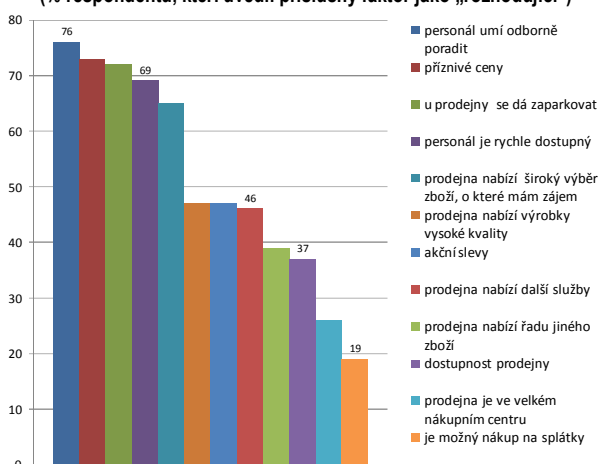
V roce 2008 dosáhl celkový obrát realizovaný řetězci velkoobchodu DIY v ČR téměř na úroveň přes 34 mld. Kč (při započítání obrátu řetězce Mountfield). Nejvyššího obrátu dosáhly řetězce OBI a Bauhaus.

Mezi standardními hobbymarkety disponuje nejvíce prodejny OBI (29) a BauMax (25). Za zmínku stojí také vysoký počet prodejen specializovaného řetězce Mountfield (54).

Nejvyšší počet prodejen řetězců DIY je umístěn v Praze a ve velkých městech. V Praze je umístěno 19 prodejen tohoto typu a jedna další – průhonický Bauhaus – těsně za hranicemi města. Praha má téměř 112 tisíc m² prodejních ploch v rámci řetězců DIY.

Nejvyšším plošným standardem (prodejní plocha hobbymarketů v m² na 1000 obyvatel) disponuje okres Hradec Králové, který se jako jediný se čtyřmi velkoplošnými prodejny DIY dostal nad hranici 200 m² na tisíc obyvatel.

Co je pro vás při nakupování DIY zboží důležité?
(% respondentů, kteří uvedli příslušný faktor jako „rozhodující“)



Zdroj: Do-It-Yourself 2009, Incoma GfK

V ČÍSLE 8 NAJDETE:



- Změny nádražím zvedají prodejce
- Zdravý trend – soja
- Mladiství kuřáci
- Impulsní zboží

Regal 8/2009 vyšel 18. srpna
Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

DTZ spravuje nemovitosti Shell

Jednu z nejvýznamnějších smluv posledních let uzavřela mezinárodní realitní a poradenská společnost DTZ.

Bude zajišťovat property management u 5000 nemovitostí z portfolia společnosti Shell International Petroleum v 11 zemích na dvou kontinentech. Servis spočívá ve správě nemovitostí, přípravě smluv a nastavení ideálního mixu nájemců, stejně jako v optimalizaci příjmů z každého objektu. „Z naší strany to vyžadovalo perfektní znalost lokálního prostředí i odbornost na globální úrovni,“ komentuje vítězství ve výběrovém řízení Paul Idzik, CEO DTZ.

Panasonic získal ocenění EISA

Konec léta s sebou již tradičně přinesl vyhlášení nejlepších evropských produktů v oboru audiovizuální techniky udělovaných asociací EISA.

Redaktoři padesáti specializovaných časopisů z dvaceti zemí na základě nezávislého testování opět vyhodnotili nejlepší produkty sezony 2009/2010. Značka Panasonic získala ocenění EISA za: nejlepší plazmový televizor Viera TX-P42V10E, nejlepší multimediální fotoaparát Lumix DMC-GH1, nejlepší digitální HD videokameru HDC TM300 a nejlepší mikrosystém SC HC3 (u nás prodáván jako SC HC4, který má navíc USB vstup). Ceny EISA 2009 budou slavnostně předány na gala večeru, který proběhne 4. září v hotelu Adlon Kempinski v Berlíně.

Cindy Crawfordová a značka obuvi 5th Avenue

Supermodelka Cindy Crawfordová vybrala pro největšího evropského prodejce obuvi Deichmann novou kolekci obuvi, a to pod značkou „Cindy Crawford Collection by 5th Avenue“. Známa módní ikona už dvě desetiletí prezentuje elegantní šaty i jednoduché plavky, tentokrát se zaměřila na obuv. Rozhodla

(Pokračování na stránce 2)

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

Starbucks chce zdvojnásobit síť

Kavárenský řetězec Starbucks chce v Česku vyrůst. V následujících pěti letech plánuje podle Hospodářských novin u nás a v Polsku minimálně zdvojnásobit počet svých kaváren. „Trh je tu stále ještě volný, a ne přeplněný jako v západní Evropě,“ říká Vladan Armus, nový prezident pro značku pro střední a východní Evropu, s tím, že v následujících deseti letech chce firma v regionu rapidně expandovat. Nyní má Starbucks v České republice devět kaváren.

Žabka přebírá síť Palma maloobchod

Síť maloobchodních prodejen Žabka kupuje pět nových prodejen Palma maloobchod v lokalitě Praha-město. Smlouva byla podepsána 29. července za přítomnosti jednatele Palma maloobchod Petra a Roberta Říhy. Nové prodejny se přemění na Žabku již koncem roku 2009. Výše transakce nebude zveřejněna, informace je důvěrná. „Stávající obchody mají stabilní loajální zákazníci a koncept Žabky pomůže jejich dalšímu rozvoji a zároveň k posílení naší přítomnosti v dané lokalitě, kde už máme 14 Žabek,“ říká Zdeněk Linhart, generální ředitel společnosti Žabka. „Naši zákazníci budou mít možnost i v těchto nově získaných lokalitách využívat výhod nízkých cen a široké nabídky kvalitního zboží převážně české výroby,“ dodává.

Pořád je to Petra

Po téměř pěti letech přichází značka Petra s novou ucelenou komunikační koncepcí, která reflektuje změnu v její marketingové strategii. Podstatou je poukaz na historii a tradici. Petra, která v příštím roce oslaví již 25. výročí své existence, má v tomto ohledu co nabídnout. „Na rozdíl od nově příchozích brandů má Petra svoji jedinečnou historii, dlouhodobě udržovanou kvalitu, a zejména své lokální dědictví,“ říká Zuzana Prokopová, senior brand manažerka Petry. Kampaň nese sdělení „Pořád jsem to já“, i když se měníme navenek, uvnitř zůstáváme stejní, stejně jako Petra. Sdělení je vizuálně ztvárněno zejména zobrazením původního a stávajícího designu krabiček. Kampaň připravila agentura Young & Rubicam Praha.



Letní soutěžení v AFI Paláci

AFI Palác připravil pro své zákazníky na celé léto soutěže o hodnotné ceny. Až do konce prázdnin se zde hrálo o luxusní víkend u moře pro dva a točilo se Kolo štěstí. O luxusní prodloužený víkend u moře pro dva mohl hrát každý, kdo nakoupil v obchodech AFI Paláce za 3000 Kč a více. Za svůj nákup obdržel zákazník kupon, který vyplnil a vhodil do boxu na informačním stánku u hlavního vchodu. Slosování dodaných kuponů probíhalo každý pátek.

Za celé léto rozdál AFI Palác sedm poukazů od cestovní kanceláře Sunny Days. Dvojice se mohly těšit na prodloužený víkend v některém z letovisek na pobřeží Tuniska nebo na ostrově Džerba. Na Kolo štěstí vyhrál každý – slevu nebo malý dárek. Stačil nákup v hodnotě 800 Kč a každé úterý, středu a čtvrtky mezi 13. a 18. hodinou si mohl každý majitel účtenky za nákup vytočit svoji výhru. Bylo možné získat například věcnou cenu nebo slevu v obchodech HM Studio, Intersport, Bushman, Tchibo a dalších.

Nový výkonný stroj pro digitální tisk

Společnost STI Česko rozšířila možnosti výrobního závodu Rumburk o velkoplošný digitální tisk. Tato investice ve spojení s know-how pro výrobu displejů a obalů umožňuje nyní splnit představy a přání zákazníků rychle, kvalitně a individuálně. „A k tomu ještě cenově výhodně,“ říká Petr Kohout, obchodní ředitel pro ČR. „Displeje a vysoce zušlechtnuté obaly mohou být bez problémů realizovány v nákladech od 1 do 150 ks na tiskovém stroji, jehož technické možnosti patří k současné špičce,“ dodává s tím, že při velikosti archů do 160 x 320 cm a výkonem 150 m²/h nemá podle jeho vyjádření kreativita skoro žádná omezení.

Redesignový leták nabízí čerstvé potraviny

Společnost Spar ČOS představila redesignovanou podobu letáků. Novými benefity jsou především lepší orientace podle typu sortimentu a také zvýrazněné slevové nabídky a tipy na výhodný nákup. Nejvýraznější částí letáku je první dvoustrana, kde je na rozdíl od ostatních korporátně laděných stránek použita zelená barva. Ta má u zákazníků evokovat čerstvost a zdraví. Proto je zde umístěna aktuální nabídka čerstvých potravin. Odlišnost od dalšího obsahu podtrhuje také použití jiného druhu fotografií a produktových koláží. Celý leták je pak rozdělen do několika částí, které mají pevně stanovený rozsah a lokaci. Novinkou je také online forma letáku. Ten lze stáhnout, online prohlížet a nově také vyhledávat v databázi akčních cen pomocí zadání jména příslušného produktu.

(Pokračování ze stránky 1)

se, že svoji kolekci bude také sama propagovat. Reklamní spot, který natočila v New Yorku, uvidí diváci v ČR od 8. září 2009. Celá kolekce „Cindy Crawford Collection by 5th Avenue“ byla uvedena od 24. srpna 2009 do prodeje ve všech obchodech Deichmann.

Tchibo ideas přicházejí na trh

V srpnu začala společnost Tchibo prodávat první z výrobků navržených samotnými zákazníky v rámci interaktivního projektu Tchibo ideas (www.tchibo-ideas.de). Tato crowdsourcingová platforma propojuje designéry, vývojáře i koncové zákazníky a je místem, kde mohou vzniknout neotřelé nápady a praktická řešení drobných každodenních problémů. Tchibo uvádí ročně asi 1800 nových výrobků v rámci svých týdenních nových tematických kolekcí spotřebního zboží.

Vedle spolupráce s renomovanými designéry nyní firma obohacuje vlastní vývojový proces i o spolupráci se svými zákazníky a širokou veřejností.

Nejlepší gin na světě

Nový superpremiový gin Beefeater 24 byl na soutěži International Wine & Spirits Competition 2009 (IWSC) oceněn zlatou medailí a prestižním titulem „Greenall's Trophy for Best Gin“. Toto nejvyšší ocenění svědčí o kvalitě práce Mistra destilace (Master Distiller) značky Beefeater, Desmonda Paynea, který se v destilaci ginu považuje za nejzkušenějšího experta na světě. Za poslední desetiletí je to již posedmé, co byla značka Beefeater na soutěži IWSC oceněna coby nejvyšší kvalita ginu.

Desmond Payne komentuje: „Výroba nového ginu, který by splňoval nejvyšší standardy značky Beefeater, pro nás představovala neobyčejnou výzvu. Potěšilo mě tedy, že porotci soutěže IWSC přiklali Beefeateru 24 toto věhlasné ocenění.“

Epson na Labelexpo Europe 2009

Jak oznámila společnost Epson, ve dnech 23. až 26. září představí na veletrhu Labelexpo Europe 2009 průkopnické aplikace rozvinutých technologií Epson spojené s inkousty a médii nejvyšší kvality. Firma zde předvede své nejnovější inovace v digitálním tisku štítků a obalových materiálů. Ve spolupráci s partnery z oblasti výroby technologií softwaru a hardwaru bude vystavovat také řadu novátorských aplikací, které pomáhají rozvíjet průmysl výroby etiket.

Subway letos v Evropě otevřel 28 provozoven, připravuje další

Nadnárodní fastfoodový řetězec Subway letos ve střední a východní Evropě otevřel 28 nových restaurací a připravuje otevření dalších. „Nejvíce se nám dařilo v Polsku, kde

(Pokračování na stránce 3)

Slow Food Prague na veletrhu Země živitelka

Organizace Slow Food Prague a šest jejích členů se poprvé prezentovali na již 36. ročníku veletrhu Země živitelka v Českých Budějovicích. V rámci stánku se představila i dvě nová convivia, a to Pardubice a Tábor. Akce se konala od 27. srpna do 1. září v areálu českobudějovického výstaviště. Pravidelně jej navštěvuje více než 100 tisíc zájemců a jedním z 534 vystavovatelů byl Slow Food Prague. Pod záštitou ministerstva zemědělství zde také zorganizoval seminář na téma: Význam regionálních výrobců a zpracovatelů potravin sdružených v hnutí Slow Food v České republice. Více na www.slowfood.cz.

Komunikační kampaň Hornbachu oslovuje kutily

Společnost Hornbach představila novou komunikační kampaň s názvem „Pust' se do svého projektu“, ve které vyzývá všechny kutily, aby se sami pustili do realizace úprav svých bytů, domů či zahrad. Hornbach, specialista a partner pro všechny, kdo se plánují vrhnout do rekonstrukcí a jiných stavebních úprav, je iniciátorem. Reklamní kampaň běží od začátku srpna v Německu a Rakousku. V ČR a v dalších zemích, kde má Hornbach zastoupení, odstartovala v polovině srpna.

Karma představila novinky

Koncem srpna představila společnost Karma Český Brod řadu novinek. Sortiment kuchyňských spotřebičů Karma Design dosud zahrnoval pouze vestavné spotřebiče. Toto pravidlo popírá nová lednice Karma Design KL-185 X, kterou firma právě uvádí na trh. Jedná se totiž o volně stojící spotřebič. „Ačkoliv jsou vestavné spotřebiče mimořádně oblíbené, v případě lednic často platí, že si zákazníci pořídí spíše volně stojící model. Podle našich odhadů se jedná o více než polovinu nákupů nové lednice,“ říká Václav Bartoš ze společnosti Karma. „Proto jsme se rozhodli zařadit do sortimentu Karma Design právě volně stojící lednici, dosud jsme totiž nabízeli pouze vestavný model,“ vysvětluje. Další inovace spojuje téma pečení a vaření. Jedná se o tři nové varné desky – sklokeramickou, indukční a netypickou plynovou sklokeramickou desku. Do sortimentu Karma Design přibýly také dvě nové vestavné trouby, pyrolytická a horkovzdušná. Více informací lze získat na www.karma-as.cz.



Nový průmyslový objekt Air Liquide v Čáslavi

Dne 19. srpna 2009 proběhl slavnostní otevření nové plniřny technických plynů vybudované v Čáslavi francouzskou nadnárodní společností Air Liquide. Součástí byla i prezentace dceřině společnosti Air Liquide Welding. Akce proběhla pod vedením generálního ředitele pro střední Evropu francouzské nadnárodní společnosti Jean-Luc-Roberta, za přítomnosti vedení společnosti Air Liquide CZ a čestných hostů z francouzské ambasády a regionální samosprávy. Kromě prodeje technických plynů v láhvích nabízí česká pobočka Air Liquide prodej kapalných plynů, včetně pronájmu skladovacích kryogenních zásobníků, odpařovacích stanic a koncových zařízení, jako např. mrazicích tunelů pro potravinářský průmysl.

Módní řada Indigo od Marks & Spencer

Společnost Marks & Spencer představila novou exkluzivní ležérní kolekci pro cílovou skupinu 30 plus. Pod názvem Indigo přináší módu kombinující klasické nadčasové kousky se současným stylingem a minimalistickými expresivními detaily. Zahnuje módní blejzry, denimové džíny, legíny, úzké nohavice, neformální košile, přepásané tuniky či propínací parky zajímavých barev. Retailer deklaruje, že tentokrát ve své podzimní kolekci cílí na tvárnou skupinu mladých žen, která hledá svůj styl a přitažlivý módní rukopis, odpovídající jejímu naturelu.

Hamé převzala značku Globus

Společnost Hamé oznámila převzetí práva pro výrobu a distribuci masových výrobků pod premiovou značkou Globus, která zastřešuje paštiky, hotová jídla, masové konzervy a sendvičkrémy. „Jedná se o značku s dlouholetou tradicí a silnou pozici na maďarském trhu, s kvalitními produkty s jasnou identifikací u spotřebitelů a se zachovávanými tradičními recepturami,“ uvádí Martin Jagoš, jednatel a generální ředitel Hamé. Již v tomto roce plánuje firma nový televizní spot na podporu značky. V době od 15. října do 15. listopadu 2009 se bude vysílat na TV2, M1, M2, COOL, Film+, Viasat 3, Story TV a TV Paprika. Společnost také připravila první rozšíření portfolio výrobků značky Globus, a to o moderní AL obaly v gramážích 48 a 60 g.

(Pokračování ze stránky 2)

jsme letos otevřeli již 13 nových provozoven. Na Slovensku, kde působíme od dubna, máme dvě nové restaurace Subway. V ČR se počet našich prodejen zvýšil o tři na 11,“ říká manažer rozvoje Subway pro střední a východní Evropu Martin Princ. Celkem tak má franchisová síť v sedmi zemích střední a východní Evropy 123 prodejen.

Do konce roku Subway předpokládá, že v regionu otevře ještě 19 nových prodejen, hlavně v Polsku, na Slovensku a v Česku. „Celkově bychom se tak na konci roku měli dostat téměř na 50 nových provozoven Subway. Původní plán přitom počítal zhruba se 30,“ dodává Martin Princ. Nejvíce prodejen v regionu provozuje řetězec v Rusku, celkem 66. V letošním roce navíc jejich počet vzrostl o devět.

PERSONÁLIE

• Zkušený obchodní manažer Armin Geraldý nastoupí do čela Spar ČOS. Pochází z německého Sársku, má ekonomické vzdělání a 20 let pracoval na různých vedoucích pozicích u společnosti Globus SB-Warenhaus GmbH und C. KG. V roce 2001 odešel do ČR, do společnosti Kaufland Česká republika, kde naposledy působil jako ředitel managementu. Funkci generálního ředitele Spar ČOS převzme 1. října. Zodpovědný bude za další expanzi a posílení pozice Spar ČOS na českém trhu.

• Miroslav Krejsa se od 1. září stal novým generálním ředitelem ukrajinské pobočky společnosti Henkel. Tuto pozici zastává současně s funkcí manažera divize Pracích a čistících prostředků ukrajinské pobočky, které se ujal 17. srpna 2009. Do nové pozice přešel po více jak čtyřech letech z Ruska, kde působil jako obchodní ředitel divize Pracích a čistících prostředků. Přebírá zodpovědnost za ukrajinský trh po Dieteru Knollovi, který se přesune na jinou pozici v rámci regionu střední a východní Evropy.

• Ikona českého lihovarnického trhu, někdejší generální ředitel společnosti Stock Plzeň Martin Petrášek, jenž se v dubnu vzdal funkce, má nástupce. Podle HN od září nastupuje do čela největší české líkérky, kterou nyní ovládá britská Stock Spirits Group, Petr Pavlík. Má zkušenosti obchodníka s drogistickým zbožím a prací prášky nadnárodní firmy Procter & Gamble, kde naposledy působil jako marketingový manažer v londýnské centrále koncernu.

• Generálním ředitelem společnosti Xerox Czech Republic pro ČR a SR se stal Petr Holík, který zde dříve působil na pozici finančního ředitele a od roku 2007 jako ředitel slovenské pobočky. Před svým příchodem do firmy působil ve společnosti Alfa Laval jako finanční a administrativní ředitel a v auditorské firmě Arthur Andersen na pozici senior konsultant v oddělení auditu.