

REGAL^{line}

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 38/09, 3. 11. 2009

Úspěšný obchodní rok dm drogerie markt

Velice úspěšně zakončila obchodní rok 2008/2009 společnost dm drogerie markt. V České republice dosáhla za období říjen 2008 – září 2009 obrátu ve výši 4793 mil. Kč, což představuje nárůst o 19,6 % v porovnání s předešlým rokem.

Gerhard Fischer, jednatel dm ČR, dodává: „Máme radost z dynamického rozvoje navzdory obrovské recesi a hospodářské krizi. Rok, který byl bouřlivý pro ekonomiku i mnoho spotřebitelů, se v drogistickém odvětví víceméně negativně neprojevil. Důvod je zřejmý: Lidé si právě v dobách, kdy musí více přemýšlet o penězích, které mohou utratit, chtějí i nadále dopřávat každodenní malý luxus. Mnoho lidí je nyní z nejrůznějších důvodů nuceno šetřit při vyšších výdajích a nemůže si dovolit například nové auto nebo větší byt. „Malý luxus“ v podobě nové vůně nebo speciální pečující kosmetiky slouží v tomto případě jako náhrada za to, co si člověk nemůže dopřát.“

Společnost dm výrazně posílila podíl na českém trhu s drogistickými řetězci, a to o 4,9 % (zdroj: Nielsen Summary Level Report Drug, 09/2008 – 08/2009 versus 09/2007 – 08/2008). V současné době (k 30. září 2009) provozuje v ČR 168 prodejen. V obchodním roce 2008/2009 bylo v ČR nově otevřeno 22 prodejen, 4 prodejny přesídleny a 4 prodejny zrenovovány. Došlo k dalšímu rozšíření biosortimentu a přírodní kosmetiky, se současným navýšením počtu tuzemských dodavatelů. V daném období investovala dm Česká republika celkem 409 mil. Kč. Z toho 177 mil. Kč činily investice do expanze, 165 mil. Kč na přístavbu centrálního skladu, do nové centrály bylo investováno 25 mil. Kč a do informačních technologií 42 mil. Kč.

Zavedením dm active beauty karty v dubnu 2009 získal věrnostní program dm active beauty svět výhod v ČR novou, atraktivnější podobu. Ke konci září bylo v jeho rámci registrováno více než 500 tisíc zákazníků. Vytčený cíl tím byl mírně překročen.

V příštím obchodním roce plánuje dm ČR investice v celkové výši 342 mil. Kč, z toho 309 mil. Kč na expanzi. Na další rozvoj informačních technologií jsou stanoveny investice ve výši 29 mil. Kč. V příštím obchodním roce je plánováno otevření přibližně 32 nových prodejen.

Česká biopotravina roku – 8. ročník soutěže vyhlášen

S cílem podpořit kvalitu v celém dodavatelském řetězci oboru biopotravin a zviditelnit nejkvalitnější české biopotraviny vyhlásila 27. října Potravinářská komora České republiky společně s Pro-Bio Svazem ekologických zemědělců již 8. ročník soutěže Česká biopotravina roku 2009.

Kateřina Nesrstová ze Svazu Pro-Bio k tomu doplňuje: „Svaz Pro-Bio v roce 2010 oslaví své 20. narozeniny, v rámci oslav chystáme na příští rok mnoho novinek a překvapení – i ve spojitosti se soutěží Česká biopotravina roku. Proto bych zejména potravináře, kteří jsou členy svazu, vyzvala, aby se do soutěže přihlásili. Je velmi důležité zviditelnit především českou bioprodukcí a dostat na trh to nejlepší od našich farmářů. Dobrou spolupráci s potravináři vidíme jako zásadní předpoklad úspěchu.“

I v letošním roce budou kromě hlavní ceny vyhlášení vítězové dalších kategorií, konkrétně pečivo, mléko a mléčné výrobky, maso a výrobky z masa, nápoje, ovoce a zelenina, pochutiny a biovýrobky pro gastronomii. Uzávěrka přihlášek je 31. prosince 2009, více informací naleznete na webové stránce www.biopotravin roku.cz.



Regal 10/2009

vyšel 13. října

V ČÍSLE 10 NAJDETE:



- Dobrý obal – polovina budoucího vítězství
- Exotika a luxus drží pozice
- Vztahy mezi prodejci a dodavateli

Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Ferrero je na trhu 60 let

Obchodní skupina Ferrero je v době oslav svých 60. narozenin světovou čtyřkou v oblasti cukrovinek. Tato globálně-lokální firma čítá 36 obchodních společností, 15 závodů a zhruba 19 600 zaměstnanců. V jejím čele stále stojí dva generální ředitelé, třetí generace Ferrerů, Michelovi synové Pietro a Giovanni.

Ferrero je největším koncovým uživatelem lískových oříšků. Zpracovává si je samo a celkem spotřebovává zhruba polovinu jejich světové produkce. Pro zajímavost, Ferrero stahuje nebo pozastavuje prodej čokoládových výrobků v některých zeměpisných oblastech, aby se zajistilo, že v obchodech bude jen čerstvé zboží. Např. v Česku nechce riskovat, že zákazník koupí pralinky poškozené teplem, proto je raději přes léto neprodává. Čokoládové pralinky Ferrero (Ferrero Rocher, Ferrero Rondnoir a Mon Cheri) se prodávají od 1. září do Velikonoc.

Tesco na Slovensku prodává také pojištění

Ve slovenských hypermarketech Tesco si podle serveru www.peniaze.pravda.sk mohou zákazníci od listopadu vyřídit už i pojištění. Portfolio pojišťovacích produktů bude přes Tesco poskytovat pojišťovna Generali Slovensko, která se už v minulosti orientovala na nové formy prodeje. „Slovenský trh je připravený na tento způsob prodeje, který je běžný v západních zemích,“ uvádí manažerka finančních služeb společnosti Tesco Stores SR Lucie Hadaričová. Tesco má podobnou zkušenost už od roku 1997 z Velké Británie, kde zákazníci dosud uzavřeli 2,4 milionu pojistek. „Věříme, že budeme úspěšní i my na Slovensku,“ dodává Lucie Hadaričová. Zákazníci (Pokračování na stránce 2)



8. ročník odborné konference
WWW.CATEGORYMANAGEMENT.CZ
18.11.2009 - TOP HOTEL Praha



EXLUZIVNĚ!
19. & 20.11.2009 - PwC Business Centre Praha

BUDOUCNOST CATEGORY MANAGEMENTU + DVOUDENNÍ TRÉNINK pod vedením Jerryho Singha

MEDIÁLNÍ PARTNER:
REGAL

Výroční ceny Slow Food Prague 2009

Hnutí Slow Food Česká republika vyhlásilo, poprvé ve své historii, Výroční ceny Slow Food Prague pro rok 2009. Stalo se tak při příležitosti konání veletrhu Horeca 2009. Představitelé Slow Food Česká republika předali ocenění zástupcům sedmi firem: společnosti Beskyd Fryčovice za čistou přírodní šťávu brokolice-jablko, První hořické za klasické hořické trubičky, Biopekárna Zemanka za čoko-kokosky s kokosem, firmě Danuška Štefanová za svatební koláčky dle rodinného receptu, společnosti Ing. Václav Kozel za vepřovou klobásu s nivou a mořskou solí. Další ocenění obdržela společnost Ceria za hrachovou obalovací směs Hraška, firma Tradiční výroba pralinek za čokoládové pralinky a Kozí farma Licibořice. Zájemci mohli do soutěže přihlásit výrobek, který naplňuje kritéria Slow Food. Podmínkou také bylo, že přihlašovaný výrobek je od českého výrobce a obsahuje převahu českých surovin.

Rekonstrukce nádraží za 100 milionů

Zhruba 100 mil. Kč budou v příštím roce investovat České dráhy do rekonstrukcí nádražních budov v Praze a ve Středočeském kraji. Největší opravy se chystají na nádražích v Českém Brodě, Poříčanech a v Lysé nad Labem. Každá z těchto akcí přijde dopravce na 18 mil. Kč. Radek Joklík, tiskový mluvčí ČD – produktová komunikace, doplňuje: „V Lysé nad Labem bude součástí rekonstrukce prostor restaurace. V Poříčanech a v Českém Brodě počítáme se stavebními úpravami prostor určených pro prodej tisku a základního občerstvení. V současné době ale není možné upřesnit, jaké procento z investice budou tyto práce představovat.“

Reebok má první prodejnu na Moravě

Značka Reebok otevřela v polovině října v Brně třetí značkovou prodejnu, která nabízí sortiment značkového textilu, obuvi a doplňků pro sport i volný čas. Pro snazší orientaci zákazníků je vnitřní prodejní plocha zařízena podle konceptu On/Off, který je uplatňován v nově otvíraných Reebok prodejnách po celém světě. Brno se tak po Praze a Liberci stalo třetím městem, kam se značka Reebok rozhodla situovat svou další značkovou prodejnu. Ta pražská byla otevřena v polovině listopadu roku 2008, v lednu pak následovalo slavnostní otevření prodejny v OC Nisa Liberec.



Mall.cz sjednocuje obchody pod jednu doménu

Jeden z největších českých internetových obchodů sjednocuje všechny své oborové e-shopy pod jednu zastřešující značku Mall.cz. Zákazníci nebudou již muset rozlišovat obchody jako BileZbozi.cz, Bartsport.cz a mnoho dalších, ale vše naleznou na jednom místě. „Hlavní důvod, proč jsme k této změně přistoupili, je skutečnost, že díky tomuto sjednocení od nynějška mohou naši zákazníci nakupovat v celém širokém sortimentu pouze s jedním nákupním košíkem,“ upozorňuje Petr Král z internetového obchodu Mall.cz. Ten v sobě nově zahrnuje sortiment všech 17 oborových obchodů, na které byli nakupující zvyklí chodit zpravidla přímo. Po dokončení celého procesu transformace, která bude trvat v řádech týdnů, počítá společnost Internet Mall s jejich přesměrováním na doménu www.mall.cz.

V Dejvicích se otevřel nový Albert

U pražského Vítězného náměstí se 28. října otevřel nový supermarket Albert. Při této příležitosti mohli zákazníci ochutnat řadu tradičních i netradičních produktů a využít i akční cenové nabídky. Brzy si také na více jak 300 m² za příznivé ceny nakoupí potřebné zboží na vánoční svátky, pečeni a přípravu pokrmů. „Zákazníci prodejny v Dejvicích budou mít na výběr široký sortiment produktů se zaměřením především na čerstvé potraviny – ovoce a zeleninu, mléčné a masné výrobky a pečivo. Zároveň v prodejně najdou kompletní nabídku trvanlivých potravin a výběr nepotravinářského zboží. Naším cílem je uspokojit představy všech obyvatel dané lokality i každodenní potřeby Pražanů, kteří využívají stanici Dejvická a potřebují si rychle nakoupit svačinu do práce či naopak při cestě z práce pořídit rodinný nákup,“ říká Libor Kytýr, ředitel komunikace maloobchodní sítě prodejen Albert.

Náborová kampaň Žabky

Maloobchodní řetězec Žabka spustil koncem října náborovou kampaň. Je rozdělena do dvou částí. První je zaměřena na nábor potenciálních manažerů prodejen „doporuč nám...“, kterou retailer komunikoval na přebalu deníku Metro, na webových stránkách www.doporucenam.cz a na letáčích cíleně distribuovaných mezi zaměstnance hyper- a supermarketů. „Druhá část je zaměřena na akvizici nových prodejen. Je komunikována prostřednictvím velkoobchodu Makro,“ dodává Milan Baka, marketingový koordinátor, Žabka.

(Pokračování ze stránky 1)

Tesca budou moci uzavřít neživotní pojištění, jako je povinné smluvní pojištění motorových vozidel, pojištění domu, bytu, zařízení domácnosti, zodpovědnosti za škodu a pojištění psa. Pojištění se bude předávat prostřednictvím Tesco finanční služby, které dlouhodobě spolupracují se společností Home Credit a nabízejí půjčky, kreditní karty a splátkový prodej.

Kalendář Lavazza 2010

Dne 15. října byl v historickém Palazzo Madama v Turíně představen nový kalendář Lavazza pro rok 2010. Autorem veselého až rozjařeného kalendáře je slavný britský fotograf Miles Aldridge, který pro zobrazení dvanácti měsíců roku 2010 vybral sedm snímků. Za umělecké vedení projektu zodpovídala jako vždy agentura Armando Testa. Toto osmnácté vydání kalendáře Lavazza prezentuje šest slavných světových modelek a vůbec poprvé v historii těchto kalendářů je zde hvězdou italská hudba, respektive šest písní známých po celém světě. Kalendář Lavazza je již milníkem pro obdivovatele umělecké fotografie a zároveň stále odráží i italský způsob života: ukazuje různé sféry a odstíny kultury, které je možné souhrnně nazvat „duch Itálie“.

Formule 1 a Marks & Spencer

Novou kolekci pro kluky inspirovanou designem a technologiemi z prostředí formule 1 představil maloobchodní řetězec Marks & Spencer. Britský světový šampion Lewis Hamilton a finský závodník Heikki Kovalainen z týmu Vodafone McLaren Mercedes exkluzivně propůjčili svá jména, loga a designy jednotlivým kusům kolekce nazvané Living The Dream.

Kolekce je určená všem klukům, kteří obdivují prostředí závodů formule 1 a sní o vlastní kariéře závodního pilota. Oblečení má plno originálních potisků z prostředí formule 1 – např. otisk pneumatiky, designy z osobních přileb Lewis a Heikkiho, nášivky a loga.

Logistika pod tlakem krize

Jak firmy zlepšují svoji logistiku a dodavatelské řetězce? Kde hledají úspory a jak se jim to daří? Napovědět může zkušenost společnosti z Velké Británie, které analyzovala společná studie centra Lean Enterprise Research (LERC) při Cardiff Business School a celosvětové sítě poradenských společností KPMG nazvaná Logistics and Supply Chain Report 2009. Logistika a dodavatelský řetězec patří mezi základní pilíře firemní konkurenceschopnosti. Více než 80 % společností v průzkumu se domnívá, že plně integrovaná kooperující strategie pro řízení dodavatelského řetězce by mohla výrazně zvýšit jejich tržby a ziskovost. 80 % se také domnívá, že by to mohlo zlepšit rychlost a kvalitu jejich rozhodovacího procesu. O to více překvapí, že téměř čtvrtina společností v průzkumu nemá po funkci dodavatelského řetězce zastoupení v nejvyšším vedení, na úrovni představenstva.

Nejznámější je Benzina

Nejznámější značkou čerpacích stanic mezi českou veřejností je Benzina. S odstupem ji následují značky stanic Shell a OMV. Právě tyto tři značky stanic mají také nejvyšší podíl pravidelných zákazníků. Pokud by se však řidiči rozhodli navštívit čerpací stanici jen na základě čistoty toalet, více než třetina z nich by asi raději zůstala doma. Tato zjištění vyplývají z výsledků výzkumu Factum Invenio mapujícího návštěvnost čerpacích stanic a jejich image mezi českou běžnou i automobilovou populací. Sběr dat proběhl v červnu 2009 na reprezentativním vzorku obecné populace ČR starší 15 let (1022 respondentů). K dispozici je volně prodejná zpráva z výzkumu, která obsahuje podrobnou analýzu jednotlivých značek čerpacích stanic včetně určení jejich pozice na trhu a segmentace zákazníků.

Nový hypermarket Interspar v Bílině

Po Teplicích a Mostu se stane Bílina třetím městem v regionu, kde bude 4. listopadu otevřen hypermarket Interspar. Společnost Spar ČOS zde opět aplikuje nový koncept vnitřního uspořádání prodejních prostor a přináší v něm zákazníkům přehledný systém uspořádání. Moderní způsob vnitřního uspořádání hypermarketu byl poprvé použit již v hypermarketu v Mladé Boleslavi. Bílinský Interspar je tedy již druhým hypermarketem v ČR, jehož vnitřní prostory jsou navrženy tak, aby byly pro zákazníka přehlednější a umožnily mu snadné a pohodlné nakupování v příjemném prostředí. Inovace konceptu spočívá zejména v lepší organizaci a praktickém sledu jednotlivých nákupních sekcí. Z celkových 5222 m² zastavěné plochy tvoří 2882 m² prodejní plochu, na které je pro zákazníky připraven kompletní sortiment potravinářského zboží, které je doplněno nabídkou zboží nepotravinářského. Velký prostor je věnován oddělení čerstvých potravin – ovoce, zelenina, lahůdky a maso a uzeniny. V prodejně nebude chybět vlastní pekárna, která zákazníkům každodenně nabídne čerstvé pečivo.



Třetí český a slovenský obalový kongres

Dne 19. listopadu organizuje Obalový institut SYBA již 3. český a slovenský obalový kongres. Akce, která se uskuteční v pražském kongresovém komplexu Olympik-Artemis, pokryje tyto tematické okruhy: Trendy balení potravin, nanopolymer, Sledovatelnost potravin a obalů pro potraviny a Obaly a udržitelný rozvoj. Jedním z mediálních partnerů je také odborný časopis Regal. Všichni účastníci jsou také srdečně zváni na Obalový galavečer, který proběhne po zakončení kongresu ve stejných prostorách. V jeho rámci budou slavnostně předány trofeje a certifikáty za oceněné exponáty v české národní soutěži Obal roku a speciální ocenění, Cena předsedkyně komise – best-of-the-best za nejlepší obalové řešení. Více na www.syba.cz.

Pivovarnictví je významný činitel v české ekonomice

Plánované zvýšení spotřební daně o 50 haléřů z jednoho půllitru piva a vyšší DPH bude mít tvrdý dopad nejenom na české pivovarnictví. Na bezprostřední produkci piva se podílí 7400 zaměstnanců v pivovarech, v dodavatelských odvětvích je to dalších 12 300 pracovníků. Kromě toho je přibližně 32 tisíc osob zaměstnáno v restauracích, hospodách a dalších typech gastronomických zařízení. Kolem 2800 osob pracuje v obchodech různých velikostí a druhů. Vyplývá to ze studie společnosti Ernst & Young ze srpna 2009, která byla zpracována ve 31 zemích Evropy včetně ČR pro zájemovou organizaci pivovarníků Brewers of Europe, která působí v rámci evropských struktur v Bruselu. Tuzemské pivovary také významně přispívají do státu pokladny formou daní a dalších plateb. Studie uvádí, že celkový objem daní vygenerovaných tuzemským pivovarnickým průmyslem dosáhl výše 676 mil. eur. Odvod DPH činil 152 mil. eur v hotelnictví a restauracích a 83 mil. eur v maloobchodě. Odvedená spotřební daň byla na úrovni 133 mil. eur, dalších 65 mil. eur bylo státu odvedeno ve formě daně z příjmů a 180 mil. eur z dalších forem daní zaměstnanců.

Benefity omezovány i ve třetím čtvrtletí 2009

Odměny dostává o necelých 6 % méně lidí než před rokem. Zatímco ve 3. čtvrtletí dosahovaly v průměru přes 15 tisíc Kč, přesně po roce je to jen kolem 14 200 Kč. Stejně tak klesly do 3. čtvrtletí nahlášené třinácté platy – ze 17 276 Kč v roce 2008 na 16 659 Kč v roce letošním. Dokonce ještě horší situace panuje u nefinančních benefitů. Vyplývá to z rozsáhlého průzkumu Merces.cz, do kterého se zapojilo téměř 100 tisíc zaměstnanců.

Multifunkční centrum Štadión

Multifunkční centrum Štadión vytvoří ve slovenské Žilíně developerské společnosti Delvon a Preto. Projekt, který již získal územní rozhodnutí, bude realizován ve třech samostatných etapách. Výstavba první etapy obchodního centra začne na jaře příštího roku a otevření je plánováno na rok 2011. V následujících dvou etapách se obchodní centrum dále rozšíří a vznikne šestnáctipatrová administrativní budova. Celý multifunkční komplex by měl být dokončen do roku 2012.

Výsledky UPS za třetí čtvrtletí

Společnost UPS oznámila, že ve třetím čtvrtletí dosáhla upraveného výnosu na akcii ve výši 0,55 dolaru a zisku 11,2 mld. dolarů. Zatímco se celosvětově soustředila na posilování svého tržního podílu, stabilizace ekonomického prostředí měla za následek zvýšení objemu přepravy. Upravený výnos na akcii ve výši 0,55 dolaru se přiblížil horní hranici rozmezí očekávaného výnosu, předpokládané rozmezí bylo mezi 0,45 a 0,55 dolary.

„Projevující se známky ekonomického zotavení jsou velmi povzbuzující, ovšem domnívám se, že před sebou máme ještě hodně dlouhou cestu,“ uvádí Scott Davis, CEO a předseda představenstva UPS. „Probíhající strategické investice umožňují UPS vydělávat na možnosti rozšíření svého celosvětového působení. Řídíme naše operace s důrazem na spolehlivost, udržení vysokého standardu služeb a ve snaze udržet náklady pod kontrolou,“ dodává Davis.

Personálie

- Společnost VUMS DataCom posílila svůj obchodní potenciál. Obchodní tým byl doplněn o zkušenosti Jiřiny Bastlové, která přes sedm let pracovala jako key account manager ve společnosti Dimension Data Czech Republic, a Ivo Kubička, který působil ve funkci podpory servisu ve společnosti CSF. Oba nyní zastávají pozice account manažerů.

- Blanka Dvořáková a Michal Hašek byli nově jmenováni na pozici director v oddělení Auditů společnosti KPMG Česká republika. Blanka Dvořáková ve firmě pracuje od roku 1998 a specializuje se na výrobní společnosti a firmy podnikající v sektoru stavebnictví a nemovitostí. Michal Hašek je ve společnosti od roku 1994. Je zodpovědný za poskytování auditorských služeb. Zaměřuje se také na interní audit, správu a řízení společnosti a řízení rizik.

- Společnost Epson Europe, výrobce zobrazovacích a tiskových zařízení, uvítala do svých řad Markétu Chmelíkovou, která přebírá kompletní dohled nad marketingovými aktivitami společnosti Epson pro ČR a Slovensko.