

# REGAL *line*

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 4/09, 27. 1. 2009

## Obchodům klesly tržby – nejvíce od prosince 1998

Maloobchodní tržby v listopadu meziročně klesly o 6,3 %, tedy nejvíce od prosince roku 1998. Podle serveru iHned.cz o tom informoval Český statistický úřad. Podle analytiků se tak už v obchodech v tuzemsku ve velkém projevuje světová finanční krize a klesající spotřebitelská důvěra, kdy domácnosti příliš nenakupují. Meziročně po očištění o vliv pracovních dní, kterých bylo loni v listopadu o tři méně než ve stejném měsíci roku 2007, klesly tržby reálně o 1,2 %. Po očištění i o sezonní vlivy se tržby zejména vlivem vývoje v prodeji potravin snížily o 0,7 %, za nepotravinářské zboží naopak vzrostly o 0,8 %. Sezonně neočištěné tržby se snížily o 3,8 %, v tom za prodej potravin o 5,8 % a za prodej nepotravinářského zboží o 2,6 %.



Druhý měsíc s meziročním propadem maloobchodních tržeb v řadě zapadá podle hlavního ekonoma UniCredit Bank Pavla Sobišky do obrázku, který o stavu ekonomiky vykreslily údaje o exportu a průmyslu. „Je jen slabou útěchou, že propad v maloobchodě nedosahuje na rozdíl o zmíněných indikátorů dvojciferných hodnot. Maloobchod se z podstaty věci chová stabilněji než průmysl, soukromá spotřeba jako celek nepodléhá odstávkám. K celkové skepsi ohledně dat ovšem přispívá to, že se do poklesu dostaly všechny dílčí indexy,“ uvádí.

Na domácí poptávku podle hlavního ekonoma Patria Finance Davida Marka doléhají obavy z dopadů finanční krize a recese v eurozóně. „Důležité je, že dochází k obratu na trhu práce. Počet nezaměstnaných začal narůstat, volných pracovních míst valem ubývá a zprávy o úbytku zakázek, omezování produkce a možném propouštění se množí jako houby po dešti. Zároveň se zpříšňují finanční podmínky, získat úvěr je složitější a dražší,“ upozorňuje.

Lidé v listopadu značně šetřili i na potravinách, přestože jejich ceny klesaly. V prosinci čeká Pavel Sobišek obrat maloobchodu k mírnému meziročnímu růstu. „Ten ale nebude dostatečný, aby vykompenzoval dva měsíce propadu, takže si maloobchod za celý čtvrtý kvartál připiše propad tržeb. Vzhledem ke špatným výsledkům exportu to znamená velkou pravděpodobnost poklesu celého HDP ve čtvrtém kvartálu,“ odhaduje.

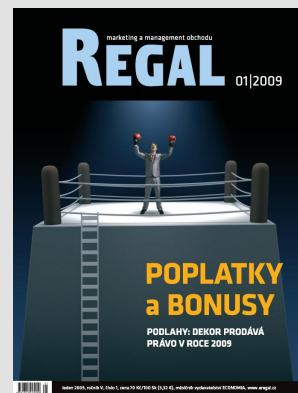
V říjnu maloobchodní tržby meziročně klesly o 3,3 %. Maloobchod už rok stagnuje, přičemž v říjnu poklesl. Analytici očekávali, že předvánoční nákupy pokles ještě více přibrzdily.

## Valentýn v pekařství Paul a Costa Coffee

Francouzské pekařství Paul, otevřené od podzimu v OC Flora, připravilo na Svátek všech zamilovaných několik překvapení. Zakoupit zde lze třeba dárkově zabalené mini makarony ze speciální Valentýnské kolekce (jsou na výběr v jahodové a vanilkové variantě), křehká srdíčka máčená v čokoládě nebo zdobené rolády v nejrůznějších příchutích. Pozadu při oslavách nezůstane ani řetězec kaváren v italském stylu Costa Coffee (OC Flora, OC Olympia Teplice, Palác Pardubice a OC Nisa Liberec). V období Valentýna mohou návštěvníci přijít na netradičně ozdobenou kávu, po celý sváteční víkend bude čokoládový dort v nabídce za poloviční cenu. Ti, kteří se rozhodnou zajít na kávu přímo na Svátek všech zamilovaných, dostanou ke každému horkému nápoji perníkové srdíčko.

## Podravka-Lagris utržila téměř miliardu korun

Potravinářská společnost Podravka-Lagris zveřejnila předběžné výsledky za rok 2008. Celkové tržby překročily plán a dosáhly výše 905 mil. Kč; meziročně tak vzrostly o 5 %. Na tržbách se kromě klíčových tuzemských prodejů značkových výrobků Podravka a Lagris podílely i další aktivity – obchod se zemědělskými komoditami, výroba privátních značek pro obchodní řetězce a úspěšně se rozvíjející export produktů značky Lagris do zemí střední a východní Evropy. „Navzdory světové potravinové krizi jsme měli rekordní prodeje. To potvrzuje, že podniková strategie, kterou jsme zvolili, je správná. Na další rok máme ambiciózní plán a letošní výsledky dávají dobré výchozí podmínky pro jeho naplnění,“ komentuje Pavel Pichler, generální ředitel firmy.



### V 1. ČÍSLE NAJDETE:

- Vztah obchodník – dodavatel
- Materiály v retailu
- Velikonoce

Regal 1/2009 vyšel 20. ledna  
Předplatné na [www.eregal.cz](http://www.eregal.cz)

**economia**  
OBSAH ROZHODUJE

## Zájem o Slow Food

Po tiskové konferenci uspořádané v prosinci oficiálním zastoupením stuttgartského veletrhu Slow Food v České republice, Česko-německou obchodní a průmyslovou komorou, projevil zájem o účast na veletrhu další vystavovatel. Je to jihočeská cukrárna Ambrozia, která se zabývá řemeslnou cukrářskou výrobou založenou na tradičních technologických postupech a zpracování kvalitních českých surovin. Důsledky finanční krize tedy myšlenky Slow Food neškodily. Chov zvířat v jejich přirozeném prostředí, regionální produkty a Slow Food jsou stále v trendu. Veletrh se uskuteční na novém stuttgartském výstavišti od 2. do 5. dubna 2009. Bližší informace na: 221 490 345 nebo [vyborma@dtihk.cz](mailto:vyborma@dtihk.cz).

## Metro bude snižovat náklady

Akcije německé obchodní společnosti Metro (MEO) výrazněji rostou poté, co byl oznámen plán snižování nákladů a restrukturalizační program. Ten by měl potenciálně zlepšit zisk o 1,5 mld. eur do roku 2012. Součástí programu bude i propouštění. Jak uvedla agentura Reuters, podle zdroje blízkého společnosti by mělo jít o zrušení 15 tisíc pracovních míst v provozovnách po celém světě, což znamená redukci počtu zaměstnanců o 5 % oproti současnému stavu. MEO roste o 9,22 % na 26,64 eur.

## Spotřebitelská inflace klesla nejvíc za sedmáct let

Předvánoční slevy, zhoršení hospodářské situace a daňové škrty stlačily britskou spotřebitelskou inflaci (Pokačování na stránce 2)

## Investiční transakce za více než 1 mld. eur

Celkový objem investičních transakcí dosáhl v roce 2008 1,062 mld. eur, což představuje 60% pokles v porovnání s rokem 2007. Ten byl s celkovou bilancí 2,65 mld. eur rekordním. V loňském roce měly největší podíl na prodaných komerčních nemovitostech kanceláře (62 %), následovány retailem (18 %) a multifunkčními objekty (15 %). „Ačkoli se investiční aktivita meziročně výrazně snížila, český investiční trh je nadále jedním z nejlukrativnějších ve střední a východní Evropě,“ hodnotí výsledky českého investičního trhu Martijn Kanters, vedoucí oddělení Consulting & Research v DTZ a spoluautor přehledu Investičního trhu v České republice, který firma vydala. Vyplyvá z něho, že značný propad znamenal především poslední kvartál 2008. Přesto se však i na konci roku aktivně obchodovalo.

## Serverová řešení TrustPort na dva měsíce zdarma

Společnost TrustPort vstoupila do nového roku se zajímavou formou prodejní podpory. Týká se serverového řešení TrustPort Net Gateway, určeného k ucelené ochraně podnikové sítě, a TrustPort WebFilter, zaměřeného na zastavení nežádoucího používání webu. Až do poloviny března mají zájemci z řad soukromých podniků i veřejné správy možnost objednat si na zkušební dvouměsíční dobu produkt TrustPort Net Gateway nebo TrustPort WebFilter. Výrobce zdarma zajistí implementaci řešení u zákazníka a po celou zkušební dobu mu bude poskytovat bezplatnou technickou podporu. Promoakce trvá od 15. ledna do 15. března. Jakmile skončí zkušební doba, zákazník bude mít k dispozici ověřené a odladěné bezpečnostní řešení, které stačí jednoduše aktivovat pomocí zakoupeného licenčního klíče.



## GCC Services se stala součástí S&T CZ

Tuzemský systémový integrátor S&T CZ začlenil začátkem ledna do svých struktur dceřinou společnost GCC Services, která se zaměřovala na poskytování služeb v oblasti podpory a údržby informačních technologií. Společnost S&T CZ je součástí nadnárodního technologického koncernu S&T AG, který má zastoupení ve 22 zemích. Po fúzi společnost S&T CZ disponuje 300 zaměstnanci a pobočkami v osmi městech České republiky. „Integraci se naše již tak rozsáhlé produktové portfolio sjednotilo a dále rozšířilo. Výhodou je i dosažení administrativních úspor. Odborníci z GCC Services se nyní mohou plně zaštitit silnou mezinárodní značkou S&T a využívat všech služeb technologických a kompetenčních center, kterými nadnárodní technologická skupina S&T AG disponuje,“ říká Jiří Košťál, generální ředitel společnosti S&T CZ.

## Pokles investic do realit

Celková suma investovaná do realit v roce 2008 v České republice se vyšplhala na 1 031,8 mil. eur, což představuje pokles o 60,3 % oproti roku 2007 a přibližně odpovídá hodnotě z roku 2004. „Během prvního čtvrtletí letošního roku očekáváme mírný nárůst poptávky investorů hlavně díky pozitivním předpovědím české ekonomiky. Předpokládáme, že ke konci roku bude počet transakcí opět narůstat,“ doplňuje Stuart Bloomfield, vedoucí investičního oddělení společnosti CB Richard Ellis. Téměř 509,5 mil. eur bylo investováno do realit v první polovině roku, v druhé části roku se investovalo 522,3 mil. eur, což oproti prvnímu pololetí představuje pouze nevýrazný nárůst o 2,5 %. Současně i počet uzavřených transakcí byl podobný a to 12 transakcí v prvních 6 měsících o průměrné velikosti 42,5 mil. eur a 11 transakcí v druhé části roku, kdy průměrná částka vzrostla na 47,5 mil. eur.

## Velkopavlovičtí vinaři navyšují produkci

Meziroční navýšení tržeb o více než 8 %, tj. na hodnotu čtvrt miliardy korun, plánuje pro rok 2009 producent klidných vín, společnost Minium Velké Pavlovice. Potvrzuje to její generální ředitel Jozef Marček s tím, že firma si k tomu vytvořila předpoklady už svým podzimmím nákupem hroznů. „Celkem jsme nakoupili od pěstitelů vinné révy 6460 tun hroznů, což představuje meziroční zvýšení o 26 %, přičemž jsme získali více suroviny v jakostních skupinách pozdní sběr a výběr z hroznů,“ upřesňuje.



## Pokles zájmu o levné značky snížil prodej

V uplynulém roce prodal Plzeňský Prazdroj na domácím trhu a v zahraničí celkem 10,7 mil. hl piva. Zatímco prodeje v tuzemsku meziročně mírně poklesly o 3 % v souladu s celkovým trendem pivního trhu, zahraniční prodeje narostly o 1 %.

Společnost prodala na domácím trhu celkem 7,9 mil. hl piva. Příčinou meziročního poklesu prodeje jsou zejména nižší prodeje levných značek a některých výčepních piv. „Celý pivní trh v Česku zaznamenal v porovnání s rekordním rokem 2007 mírný pokles prodeje. V roce 2008 byl prodejně vynikající naopak konec roku,“ vysvětluje obchodní ředitel Jaromír Žáček.

(Pokračování ze stránky 1)

bitelskou inflaci v prosinci na 3,1 %. Ještě v listopadu to bylo 4,1 %. Pokles je tak největší za posledních téměř 17 let. Podle serveru iHned.cz to uvedla agentura Reuters. Růst spotřebitelských cen je nejnižší od dubna loňského roku, ale analytici očekávali ještě větší snížení růstu. Průzkum Reuters odhadoval 2,7% spotřebitelskou inflaci. „Číslo indexu spotřebitelských cen jsou zklamáním. Nepoklesly tak, jak se předpokládalo,“ říká ekonom Investecu David Page, podle kterého v některých případech snížení růstu odpovídá jen snížení daně z přidané hodnoty o 2,5 procentního bodu.

## Výnosy KPMG vzrostly o 14,5 %

Celkové výnosy KPMG, celosvětové sítě poradenských společností poskytujících služby v oblasti auditu, daní a poradenství, dosáhly 22,69 mld. dolarů za fiskální rok končící 30. září 2008. Ve srovnání s předchozím fiskálním rokem (výnosy 19,81 mld.) se jedná o dvouciferný růst napříč všemi odvětvími a službami. Za fiskální rok 2008 vzrostly celkové výnosy o 14,5 % v dolarech (o 8,4 % v místních měnách).

„Navzdory tomu, že se v posledním čtvrtletí fiskálního roku urychlila a prohloubila globální finanční krize, zaznamenala KPMG v minulém fiskálním roce solidní růst,“ říká Timothy P. Flynn, předseda KPMG International. Napříč regiony a členskými společnostmi zaznamenala firma v roce 2008 nejvyšší nárůst v Asii a Tichomoří. V Rusku vzrostly výnosy o 64,5 %, v Indii vyskočily o 48,9 %, v Číně o 25,8 % a v Africe o 16,5 %.

## Puma získala Brandon Company

Sportlifestylová společnost Puma oznámila, že podepsala smlouvu, v jejímž rámci získá 100% podíl ve společnosti Brandon Company, která podniká v oboru firemního merchandisingu. Smlouva má hospodářské účinky k 1. lednu 2009. Uzavření transakce je podmíněno souhlasem příslušného antimonopolního úřadu. Prostřednictvím akvizice této švédské firmy posílí Puma svůj hlavní obor činnosti přidáním doplňkové činnosti v oblasti merchandisingu a zážitkového marketingu, a také využitím kvalitativních synergií ve všech kategoriích.

## „Přírodní“ vůně z laboratoře

Aromatická chemikálie citral, která se od roku 2004 vyrábí v nové továrně v Ludwigs-hafenu o roční kapacitě 40 tisíc metrických tun, je klíčovým produktem portfolia společnosti BASF, výrobce syntetických vůní.

Syntetický citral umí víc, než jen poskytovat aroma obsažené v citrusových plodech. Jemnými úpravami molekulární struktury lze vytvářet další vůně důležité pro kosmetický průmysl, například linalol, jenž voní po levanduli, nebo geraniol, který zase produkuje typickou vůni růží.



## Stabilizovaný vztah Čechů k pivu

Aktuální názory české společnosti na pivo a pivovarství a jejich proměny v uplynulých letech nabízejí výsledky šetření, které na sklonku loňského roku provedlo Centrum pro výzkum veřejného mínění při Sociologickém ústavu Akademie věd ČR. Podíl lidí, kteří pijí pivo, se v ČR v letech 2004 až 2008 nijak výrazně neměnil a dosahuje hodnot kolem 90 % u mužů a mezi 50 a 60 % u žen. Podíl mužů a žen pijících pivo alespoň občas se významně neliší podle kategorií jako věk, vzdělanost nebo příjem. Také množství konzumovaného piva se v uvedených letech pohybovalo mezi 7,9 až 9,5 půllitru týdně u mužů a 1,9 až 2,4 u žen. Mírně nižší spotřebu vykazují nejmladší ročníky (18 až 29 let), naopak největšími konzumenty jsou muži ve věku 45 až 59 let. Potvrdilo se, že pivo nadále zůstává nápojem, který je nejčastěji konzumován ve společnosti jiných lidí.

## Nový styl Avion Shopping Parku Brno

Nový rok 2009 odstartoval v Avion Shopping Parku Brno vizuální kampaní zimních výprodejů.

Tato každoroční aktivita na podporu prodeje je letos zajímavá tím, že se jedná o nový koncept vizuální kampaně, kterou chce v tomto roce Avion Shopping Park dále rozvíjet. Po dvou letech tak dochází ke změně, která souvisí nejen s výměnou kreativní grafické agentury. „Minulá agentura Euro RSCG odvedla dobrou práci v celkovém redesignu a odlišení od naší konkurence. Je za tím hodně práce, které si vážíme, nicméně po určité době nastal opět čas ke změně. Tuto potřebu změny vítězná agentura Istropolitana D'Arcy z Bratislavy dokázala mistrně zachytit,“ uvádí Martina Procházková z Avion Shopping Parku Brno. Základem kampaně je fotografie dítěte radostně otevírajícího náruč s dominantními texty „zimní výprodej“ a „na své si přijde každý“.



## Privátní značky stále rostou

Podle údajů GfK Praha v České republice dlouhodobě roste obliba privátních značek (PZ). Také porovnání období šesti měsíců od dubna do září 2008 se stejným obdobím roku 2007 přináší další nárůst podílu výdajů na nákup PZ na celkových výdajích FMCG. Konkrétně se jejich podíl v období 4–9/2008 mezikročně zvýšil na 19,5 %, tzn. 8,3% růst, a to ve všech sledovaných kategoriích. Nejvýraznější nárůst se projevil v tělové kosmetice, kde se podíl zvýšil o 26 %, z 8,4% podílu na 10,6% v posledním sledovaném období. Nejmenší růst naopak zaznamenaly nápoje (+ 0,8 %) ze 13,9 % na 14 %. PZ nadále slaví největší úspěch v potravinářských kategoriích, kde se podílejí na celkových výdajích 23,8 %, což představuje 6,5% růst oproti minulému období.

## Podle SOS je reklama Tesco na hraně

Obavy z krize využila v minulých dnech obchodní společnost Tesco Stores ČR ve své reklamní kampani „Tesco pomáhá v době krize“. Sdružení obrany spotřebitelů (SOS) se domnívá, že použití tohoto sloganu je na hranici přípustnosti ustanovení § 2 odst. 3 zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy, v platném znění. Takto použité znění reklamy se SOS zdá vysoce neetické a v rozporu s dobrými mravy. „Není možné, aby společnost Tesco zneužívala finanční krizi pro zvýšení svých ekonomických zisků. Dále se domníváme, že takto pojatá reklama může vzbuzovat pocity strachu z dopadů finanční krize. Podle našeho názoru není vhodné vzbuzovat ve spotřebitelích strach z krize a posilovat tak pocit nebezpečí z tohoto vyplývající,“ říká právnička SOS Eva Strnadová. Z těchto důvodů SOS požádalo Radu pro reklamu o vydání stanoviska.

## Čtete časopis REGAL!

Ukázkový výtisk ZDARMA si můžete objednat na adrese <http://ib.ihned.cz/predpl/a/nazk.php?tit=RE>



## Platby kartami Visa vzrostly o 10 %

Společnost Visa Europe oznámila, že objem plateb učiněných prostřednictvím karet Visa u obchodníků vzrostl za finanční rok 2008 o 10,3 %. „Používání debetních karet Visa u obchodníků vzrostlo v Evropě o téměř 11 % a v současné době je realizováno přes 70 % všech výdajů prostřednictvím debetních karet, což je neklamnou známkou toho, že se nám daří při platbách v obchodech úspěšně nahrazovat hotovost a šeky. Zákazníci si uvědomili, že při správě financí je debetní účet mnohem bezpečnější a pohodlnější alternativa k hotovosti,“ dodává generální ředitel společnosti Visa Europe Peter Ayliffe. Dařilo se zejména elektronickému obchodování – během vánočních nákupů vzrostl počet online transakcí oproti loňskému roku o plných 24 %.

## 21. výroční evropské setkání DIA

Víceoborová nezisková asociace pro informace o farmaceutických přípravcích (Drug Information Association, DIA), která zajišťuje neutrální půdu pro výměnu informací zaměřených na pokroky v oblasti vývoje léčiv a životního cyklu řídicího procesu, uspořádá svou 21. výroční evropskou konferenci EuroMeeting, a to ve dnech 23. až 25. března 2009 v Berlíně. Jde o největší událost svého druhu v Evropě, která přiláká 3000 profesionálů z 50 zemí. Svede dohromady odborníky z biofarmaceutického průmyslu, smluvních servisních organizací, akademických výzkumných center, regulačních agentur, ministerstev zdravotnictví, organizací pacientů a obchodních asociací.

## Personálie

- Společnost Whirlpool vstoupila do roku 2009 s novou PR manažerkou, Evou Gruberovou. Její pracovní agenda bude zahrnovat externí komunikaci společnosti a produktů, nákup médií a firemní filantropii. Nahradila Kateřinu Jíchovou, která odešla na mateřskou dovolenou.
- Josef Tolar, sládek a výrobně-technický ředitel pivovaru Budějovický Budvar odešel do důchodu. Jeho nástupcem a desátým sládkem v historii podniku se stal Adam Brož. Josef Tolar pracoval v Budějovickém Budvaru po celý život již od roku 1965. Funkci sládky vykonával 24 let, a stal se tak druhým nejdéle sloužícím sládkem v historii pivovaru.
- Od ledna 2009 se ředitelem expertních služeb (expert services director) společnosti pro výzkum trhu GfK Praha stal Richard Hospodský. V nové funkci se zaměří zejména na garantované přidané hodnoty, rozvoj pokročilých metodik, interní i externí konzultace a budování vztahu s klíčovými zákazníky.

Elektronická příloha časopisu Regal. Vychází jednou týdně. Registrován pod ISSN 1801-4976. Kontakt: Regal, Eonomia, a.s., Dobrovského 25, 170 55 Praha 7; Radana Čechová, šéfredaktorka, tel.: 233 073 152, fax: 233 072 021, <http://www.eregal.cz>, [regal@eonomia.cz](mailto:regal@eonomia.cz); Magda Etzlerová, inzertní manažerka časopisu, tel.: 233 073 170, fax: 233 072 730, [magda.etzlerova@eonomia.cz](mailto:magda.etzlerova@eonomia.cz). © Všechna práva vyhrazena. Bez předchozího písemného souhlasu vydavatelství Eonomia, 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 Eonomia, 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.