

REGAL^{line}

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 31/10, 21. 9. 2010

Kupní síla obyvatel: regionální rozdíly se zvětšují

V období ekonomického zpomalení a existenčních problémů mnoha firem dochází ke zvyšování regionální diferenciace koupěschopnosti obyvatel a domácností v jednotlivých částech Česka.

Zatímco obyvatel pražské metropole má průměrný disponibilní příjem více jak 220 tisíc Kč ročně, obyvatel okresu Bruntál má k dispozici v průměru méně než 144 tisíc Kč. Podobné informace o regionálních rozdílech v úrovni kupní síly přináší aktuální studie společnosti Incoma GfK „Kupní síla v okresech a obcích ČR 2010“, která zkoumala, jak se liší koupěschopnost obyvatel a domácností českých sídel.

V porovnání s loňskými výsledky studie můžeme sledovat mírné zvětšování regionálních rozdílů v úrovni kupní síly. Praha posílila svůj „náskok“, na druhou stranu hospodářsky slabší regiony navýšily svůj propad proti průměrným hodnotám. Samozřejmě daní za nadstandardní příjmy jsou i vyšší životní náklady v bohatších územích.

Vyšší výdaje si mohou dovolit zejména obyvatelé velkých sídel, především krajských měst. Průměrný obyvatel města nad 50 tisíc obyvatel může vydat přibližně o 13 % prostředků více než obyvatel obce pod 5000 obyvatel. I mezi velikostně obdobnými sídly jsou však značné rozdíly vyplývající zejména z polohy v hospodářsky úspěšném nebo naopak ekonomicky slabším regionu. Zatímco průměrná domácnost v téměř stotisícovém Ústí nad Labem má disponibilní příjem necelých 350 tisíc Kč ročně, tak česko-budějovická domácnost má k dispozici bezmála 414 tisíc Kč.

Mezi menšími sídly jsou však rozdíly ještě extrémnější. Kupříkladu průměrný obyvatel u Prahy ležících Příhonic má k dispozici až o 40 % více prostředků než obyvatel podobně velké příhraniční Raspenavy.

Výše uvedené příklady jsou součástí rozsáhlého výzkumu kupní síly, v jehož rámci je stejnou metodikou sledována koupěschopnost ve 41 evropských zemích. Z tohoto srovnání vyplývá, že Česká republika se nachází výrazně pod celoevropským průměrem. Průměrný Čech má přibližně o 42 % nižší koupěschopnost v porovnání s průměrnými evropskými hodnotami. Příznivěji vychází nicméně Česko ze srovnání s dalšími zeměmi středoevropského prostoru (Slovensko, Polsko, Maďarsko), kde je koupěschopnost obyvatelstva a domácností ještě nižší než v Česku.

„NEJBOHATŠÍ“ OKRESY (kupní síla na obyvatele a rok v tis. Kč)		
1.	Hlavní město Praha	223
2.	Praha-západ	202
3.	Praha-východ	200
4.	Plzeň-město	188
5.	Mladá Boleslav	179

„NEJCHUDŠÍ“ OKRESY (kupní síla na obyvatele a rok v tis. Kč)		
73.	Svitavy	148
74.	Znojmo	146
75.	Karviná	145
76.	Hodonín	145
77.	Bruntál	144

„NEJBOHATŠÍ“ MĚSTA NAD 10 TISÍC OBYVATEL (kupní síla na obyvatele a rok v tis. Kč)		
1.	Hlavní město Praha	223
2.	Říčany	210
3.	Brandýs nad Labem-Stará Boleslav	206
4.	Čelákovice	200
5.	Plzeň	189

„NEJCHUDŠÍ“ MĚSTA NAD 10 TISÍC OBYVATEL (kupní síla na obyvatele a rok v tis. Kč)		
129.	Moravská Třebová	146
130.	Havířov	146
131.	Krupka	145
132.	Orlová	143
133.	Karviná	141

Zdroj: Kupní síla v okresech a obcích ČR 2010, Incoma GfK

Regal 9/2010

vyšel 15. 9.

V čísle mj. najdete:

- Lidské zdroje v obchodě
- Biovíno na trhu
- Váhy a vázicí systémy
- Vánoční sortiment



Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

TNT posiluje silniční síť v JV Asii

Společnost TNT posiluje svoji asijskou silniční síť o 12 kamionů značky Scania R-series 380 hp, které budou operovat mezi hlavním regionálním přepravištěm TNT v Singapuru, thajským Bangkokem a Kuala Lumpurem v Malajsi. Firma tak reaguje na stoupající poptávku po přepravě v jihovýchodní Asii. Tento krok je součástí investice TNT ve výši 4,5 mil. eur s cílem rozšířit kapacitu stávající silniční sítě, která s celkovou délkou více než 7650 km propojuje 127 měst v šesti zemích jihovýchodní Asie, od Číny po Singapur. V lednu 2010 zaznamenala TNT na své asijské silniční síti 70% meziroční nárůst objemu zásilek a podle mezinárodní poradenské firmy L.E.K. Consulting lze v Asii až do roku 2014 očekávat roční růst objemu mezinárodní i vnitrostátní silniční přepravy o 8,4 %.

Adidas zahajuje globální kampaň

Společnost Adidas představuje novou celosvětovou marketingovou kampaň na podporu uvedení mobilní aplikace miCoach. Jejím ústředním prvkem je minutový, hvězdně obsazený film, v němž vystupují slavní sportovci Reggie Bush, fotbalista David Villa, tenista Andy Murray, Jonny Wilkinson, Derrick Rose, Victoria Pendleton a Jessica Ennis. Kampaň bude probíhat celosvětově a využívá televizi, tisk, POS, PR a také digitální a společenská média.

„Tento spot představuje naši nejnovější technologii, která sportovcům pomáhá k lepším výkonům. miCoach je synonymem snadného tréninku, a tak s radostí uvádíme aplikaci miCoach, která všem sportovcům pomůže k vyšší rychlosti v jejich disciplíně,“ říká Eric Liedtke, senior vicepresident pro globální marketing značky adidas.



Mediální partner:

REGAL

Retail in DETAIL
SHOPPER MARKETING 2010

14. pokračování specializované obchodní konference

29. 9. 2010, andel's hotel Prague

www.retail21.cz/retailindetail

Okamžik pravdy:

70% nákupních rozhodnutí je učiněno v prodejně

Shopper Marketing

je proto ve světě nejrychleji rostoucí marketingovou aktivitou

Vánoce se španělskými olivami

Olivy už v Čechách dávno nejsou exotickou složkou jídelníčku. Velmi oblíbené jsou obzvláště olivy ze Španělska, které jsou ceněny pro svou nezaměnitelnou chuť. Tu jim dodává tamní klima. Španělsko se proto po zásluze stalo největším producentem a vývozcem stolních oliv na světě. Nejchutnější jsou ty z oblasti Andalusie či Extremadura. Do České republiky se ročně doveze přibližně 2200 tun oliv, což odpovídá naší celkové roční spotřebě. Více než 90 % oliv na našem trhu pochází z jediné země, a to právě ze Španělska. Na podporu předvánočního a vánočního prodeje připravuje hospodářská a obchodní kancelář Velvyslanectví Španělska akci „Kup tři balení oliv ze Španělska a dostaneš olivový dárek“. Od 29. 11. do 31. 12. proběhne ve vybraných marketech společnosti Ahold CR (OC Chodov, OC Olympia a OC Čestlice). Více informací na www.olivyzešpanelska.cz.



Červená Vinea a koncept Znamení krásy

Společnost Kofola v druhé polovině září v České republice uvede červenou variantu legendárního nápoje Vinea a zároveň naváže na komunikační koncept Znamení krásy, zahájený v únoru 2010. Nealkoholický hroznový nápoj bordó barvy bude k dostání ve formátu 0,25 litru sklo výhradně v gastro segmentu. Vstup tradiční československé značky Vinea bude marketingově opět podpořen konceptem Znamení krásy, který tentokrát vznikl ve spolupráci se slovenskou módní návrhářkou Veronikou Gall. Ta pro podzimní kampaň připravila exkluzivní nehtový design, který nakupující obdrží zdarma jako dárek ke každé lahvi. Vstup červené Viney na český trh bude podpořen také inzercí v tisku, POS materiály a intenzivní PR kampaní zaměřenou na segment lifestyle. Téma krásy, nehtového designu a hlavní motivy kampaně bude rovněž komunikovat microsite www.znamenikrasy.cz.

Sara Events prošla rebrandingem

Letošní ročník tradiční Sara Events garden party byl ve znamení rebrandingu a nového loga, které bylo v rámci večera slavnostně odhaleno přítomným hostům a zástupcům médií. Janina Šlemínová, majitelka a zakladatelka eventové agentury Sara Events, komentuje: „Po čtrnácti letech na trhu je náš kompletní rebranding přirozeným vývojem a koresponduje s novou energií a náladou v agentuře. Nové logo a jeho barevnost vyjadřuje naši otevřenost, hravost a kreativitu produkčního týmu. Jako specializovaná eventová agentura zajišťujeme servis pro VIP zákazníky, firmy i jednotlivce, malé i nadnárodní společnosti. Rosteme společně s našimi klienty a novými výzvami, přesto si stále zachováváme osobní přístup. Zjednodušeně řečeno, z původního loga jsme vyrostli. Potřebovali jsme více prostoru, více barev i osobitější styl. Právě taková je i nová identita Sara Events, která vznikla ve spolupráci se studiem DRAWetc.“

Tradiční výroba valašského a slováckého regionu

Také v dnešní uspěchané době plné polotovárů se najdou společnosti, které se věnují tradiční výrobě a na český trh dodávají hodnotné výrobky. V oblasti Slovácka a Valašska se nacházejí čtyři společnosti, které si velice zakládají na kvalitě a čerpají z historických regionálních receptur. Jednou z nich je Pekařství Valašské frgály s výrobou typických koláčů jménem frgály, jejichž receptura je až dvě stě let stará.

Jako další lze uvést Mlékárnu Valašské Meziříčí, zaměřující se také na výrobu bioproduktů, za které získala mnohá ocenění. Zástupcem Slovácka je společnost Voma, jejíž výrobky nesou nejen regionální názvy, ale vycházejí i z regionálních receptur.

Poslední společností sídlící ve Vizovicích je Rudolf Jelínek. Hlavní produkcí této firmy jsou ovocné destiláty, zejména slivovice. Přestože společnost zastupují rozdílná potravinářská odvětví, spojuje je nejen region, ale i produkce kvalitních výrobků oceněných značkou KLASA.



Úprava prodejních ploch ve velkoobchodech Makro

Velkoobchodní společnost Makro Cash & Carry ČR se ve snaze maximálně vycházet vstříc potřebám podnikatelů rozhodla provést změny prodejní plochy, jejichž cílem je rozšíření klíčového sortimentu, lepší přehlednost nabídky a snadnější orientace při nákupu. Úprava prodejní plochy velkoobchodních středisek Makro proběhly v červenci a srpnu. „Úprava prodejní plochy je pro nás dalším významným krokem směrem k naplnění potřeb našich klíčových zákazníků, kterými jsou především maloobchodníci, segment HoReCa a malé až střední podniky. Posílili jsme sortiment, který je u nás dlouhodobě úspěšný, a zavedli změny, jež nás odlišují od konkurence,“ uvádí Axel Hluchy, generální ředitel Makro Cash & Carry ČR.

Minoque tváří Marks & Spencer

Mladší sestra Kylie Minoque – Dannii Minoque – je novou tváří M&S. Objeví se v kampani na sezonu podzim/zima 2010. Dannii Minoque, původním jménem Danielle Jane Minoque, se narodila 20. října 1971 v Melbourne. Je zpěvačka, herečka a skladatelka, svoje zatím poslední album vydala v roce 2009 pod názvem „The 1995 Sessions“. Známá je především svými klubovými vystoupeními, proto si také vysloužila pojmenování „Klubová královna“. V současnosti vystupuje v roli porotkyně ve čtvrté sérii show „Austrálie má talent“. V reklamě M&S budou Dannii doprovázet další čtyři modelky: VV Brown, Anna Beatriz Barros, Lisa Snowdon a známá britská modelingová ikona – Twiggy.

PointPark pronajal další metry

PointPark Properties (P3), mezinárodní provozovatel a developer moderních logistických parků v Evropě, oznámil podpis nového kontraktu o pronájmu 2500 m² skladovací plochy v PointParku Mszczonow. Smlouvu P3 podepsala s jedním z nejvýznamnějších evropských poskytovatelů logistických služeb – společností Fiege, která tak rozšířila své dosavadní prostory PointParku Mszczonow na celkových 18 tis. m². PointPark Mszczonow patří k největším logistickým parkům ve střední a východní Evropě. Leží při dvoupruhové komunikaci E67, 45 km od Varšavy a v blízkosti nového obchvatu Mszczonowa nabízejícího i díky přístupu na E50 lepší dopravní a logistické řešení pro nájemce tohoto parku. V současnosti park zahrnuje 96 tisíc m² skladových prostor nejvyšší kvality (A) s možností jejich rozšíření o dalších 213 136 m².

Páté TriestEspresso Expo

Od roku 2002 je italský Terst mezinárodní „výkladní skříní“ kávy espresso. Každé dva roky se zde na specializovaném veletrhu TriestEspresso Expo setkávají zástupci všech společností zapojených do kávového průmyslu. Letos se na terstském výstavišti uskuteční od 28. do 30. října již popáté. Tři základní pilíře této mezinárodní specializované akce, kterou organizuje Fiera Trieste Spa ve spolupráci s Associazione Caffè Trieste, tvoří kávový průmysl, obchod a kultura. Toto globální setkání zástupců výrobního a dodavatelského řetězce kávy je příležitostí k prezentaci a srovnání jednotlivých produktů, stejně tak i k uzavření obchodních partnerství a smluv. I přes současný ekonomický útlum se na tuto akci připravují významné výrobní a obchodní společnosti, jako jsou např. Illy Caffè, Petroncini, Cogeco, IPA Porcellane, ANCAP, Nuova Simonelli, CMA Astoria, Sandalj, Pecorini, Brambati, Brasilia, Elektra a další. V roce 2008 se veletrhu zúčastnilo 209 vystavovatelů z 31 zemí a navštívilo jej 6212 profesionálů ze 79 států. Více informací na internetových stránkách www.triestespresso.it nebo na e-mailu espresso@fiera.trieste.it.

Prodejní akce Cinzano Extra Dry

V době od 5. září do 6. října probíhá v obchodním řetězci Interspar podpora prodeje Cinzano Extra Dry spojená se SMS soutěží, ve které mohou spotřebitelky vyhrát svůj oblíbený vermut Extra Dry zdarma. Navíc všechny varianty 1l láhve si mohou zákaznice koupit za cenu 0,75 l, tj. s 33% slevou. Celou kampaň na Cinzano Extra Dry podpoří ve všech 32 prodejních místech sítě Interspar množství POS materiálů, jako jsou například plakáty A1, krčky na lahvech, paletové dekorace a jiné. Cinzano Extra Dry, stejně jako další výrobky z produktové řady Cinzano, jsou v maloobchodní síti běžně ke koupi v 0,75l lahvech za doporučenou cenu 169 Kč.



Nový butik Obsession v Praze

V září se v centru Prahy bude otevírat nový luxusní multibrandový butik s oblečením, doplňky a šperky Obsession. „Myslím, že každý nový butik, který se v Praze otevírá, je přínosem. Čím pestřejší je nabídka pro naše i zahraniční klienty, tím lépe. Já sama nakupuji u nás, ale i u jiných návrhářů a myslím, že tak to má každý z nás,“ říká majitelka nového butiku Obsession Monika Ferby. Pod jednou střechou zde budou kolekce od belgických tvůrců, známých svým invenčním pohledem na módu, ale i móda Karla Lagerfelda či dua Viktor&Rolf. Poprvé v ČR se představí také Oscar de la Renta. Seznam návrhářských jmen uzavírá česká návrhářka Šárka Šišková, jejíž tvorba je známá zejména v New Yorku. „V dvoupodlažním butiku s rozlohou 350 m² se snoubí tradice a šokující extravagance, luxusní a laskavé prostředí, kde se budou cítit výjimečně i ti nejnáročnější. Klienti zde najdou nové kolekce, nepostradatelné doplňky či šperky,“ dodává Monika Ferby.

S Lagrisem se soutěžilo o Alfičku

Velká spotřebitelská soutěž značky Lagris „Vyhrajte Alfičku na cesty!“ našla svého vítěze. Hlavní cenu – sportovní vůz Alfa Romeo MiTo – si slavnostně převzala šťastná výherkyně Jana Morton, která objevila výherní kupon s hlavní cenou ukrytý uvnitř balení rýže. Klíčky od sportovního vozu ji slavnostně předal Dalibor Kezele, předseda představenstva Podravka – Lagris. Velká soutěž s prémiovými přílohami Lagris o stylovou sportovní Alfu Romeo MiTo trvala od počátku května do poloviny července. Každý, kdo si v tomto období koupil balení výrobků Lagris, našel uvnitř výherní kupon. S ním mohl kromě hlavní ceny vyhrát originální sadu misek na rýži nebo designovou slánku s pepřenkou. Více na www.chcialficku.cz.

Dvě inovace v barvení vlasů

Firma Henkel od září představuje na trhu dvě inovace v segmentu vlasových barev. Značka Schwarzkopf přináší novinku Perfect Mousse – první pěnovou permanentní barvu. Značka Syoss, která dosud nabízela pouze vlasovou péči a styling, nyní rozšiřuje své dosavadní portfolio produktů a zavádí první řadu profesionálních barev na vlasy dostupnou v maloobchodě. „Jde o ideální řešení pro všechny spotřebitelky, které domácí barvení považují za složité či zdoluhavé,“ vysvětluje Radka Šimánková, marketingová manažerka divize Kosmetiky Henkel ČR. Barvy na vlasy značky Syoss budou od 20. září podpořeny tříměsíční kampaní v TV, která bude pokračovat i v příštím roce. Součástí marketingové podpory bude také reklama v tištěných médiích a aktivity v sociální síti Facebook. Informace o novince značky Syoss mohou spotřebitelé získat na webových stránkách www.syoss.cz a chybět nebudou ani promo aktivity v místě prodeje.



Nejlepší je Hruškovice Stock Excellent

Hruškovice Stock Excellent společnosti Stock Plzeň se stala nejlepší hruškovici tradičního Jelínkova vizovického koštu. Jedna z nejprestižnějších soutěží výrobců ovocných destilátů v České republice je součástí populárního Vizovického trnkobraní. Hruškovice Stock Excellent v hodnocení odborníků předčila dalších 151 hruškovic, které se o vítězství ucházely. Degustátoři ji přidělili 19,06 bodu z 20 možných. „Potěšilo nás nejen vítězství, ale také skutečnost, že jsme uspěli s produktem, který si každý může koupit v obchodu či restauraci. V koštu jsme předčili i drobné výrobce, kteří pálí pro sebe jen malé objemy vynikající kořalky z vlastních hrušek a do soutěže pak posílají jen ten nejlepší vzorek,“ komentuje marketingový ředitel Stocku Plzeň Tomáš Tarcala.

Další pronájem v poznaňských parcích

ProLogis, poskytovatel distribučních nemoovitostí, oznámil, že podepsal dvě nájemní smlouvy v distribučních parcích ProLogis v okolí Poznaň na 12 200 m². Tyto smlouvy byly podepsány se společností Green Integrated Logistics, mezinárodním logistickým operátorem, který bude využívat asi 9100 m² v budově číslo pět v ProLogis Parku Poznaň II. Tuto transakci zprostředkovala Anna Isalska Nieruchomości. Wincanton, developer a poskytovatel působící v oblasti návrhů a dodávání vyspělých řešení pro zásobovací řetězce, bude využívat dalších 3100 m² skladových prostor v budově číslo tři v ProLogis Parku Poznaň. Díky této transakci si nyní Wincanton pronajímá více než 17 300 m² průmyslových prostor v poznaňských budovách společnosti ProLogis. Poslední transakci zprostředkovala realitní kancelář Glob Nieruchomości.

Personálie

- Novou marketingovou ředitelkou společnosti Jan Becher-Karlovarská Becherovka byla 1. září jmenována Ludmilla Stephkov. Před tím zastávala pozici oblastní ředitelky Pernod Ricard Afrika & Střední východ a do Prahy se přesunula z Paříže. Na své pozici bude zodpovědná za ČR i za Slovensko, zároveň se stane i členkou exekutivního týmu společnosti.
- Společnost Jones Lang LaSalle Česká republika oznámila posílení svého průmyslového oddělení a rozšíření služeb napříč Českou republikou a Slovenskem. Za tímto účelem nastoupil do firmy od 1. září Miroslav Nutil na pozici industrial consultant. Bude zodpovědný za průmyslové a logistické poptávky, věnovat se bude jak potenciálním nájemcům, tak pronajímatelům a developerům.
- Ředitelem divize Praha se u českého dodavatele podnikových informačních systémů ERP, společnosti J.K.R., stal Martin Korejs. Dosud byl obchodním manažerem zodpovědným za vedení obchodních aktivit a propagaci Byznys ERP.
- AVG Technologies, výrobce antivirového softwaru, oznámil, že do manažerského týmu na pozici výkonného ředitele přímo podřízeného generálnímu řediteli nastoupí Clent Richardson. Clent Richardson posiluje tým AVG po svém působení ve funkci prezidenta, generálního ředitele a člena dozorčí rady společnosti Immersion Corporation zaměřené na dotykovou technologii.

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