

REGAL *line*

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 12/11, 29. 3. 2011

Penny Market otevřel nový koncept

Dne 18. 3. bylo otevřeno nejmodernější Penny. Rozsáhlá rekonstrukce Penny Marketu v Újezdě nad Lesy přinesla mnoho změn a může předznamenat směr, kterým se budou prodejny Penny dále ubírat. Zásadní změny byly učiněny v uspořádání prodejny a jejím materiálovém vybavení. „Rekonstrukci prodejny v Újezdě nad Lesy jsme se rozhodli koncipovat na základě výsledků dlouhodobého průzkumu a zkušeností z domova i ze zahraničí. Aktuální trendy v nakupování a zákaznické zvyklosti jsme uplatnili v novém rozmístění a prezentaci zboží a zásadně jsme modernizovali interiér prodejny. Veškeré změny zlepšují a zpřijemňují zákazníkům nákupní prostředí a atmosféru. Jde o pilotní prodejnu a všechny zde provedené změny budeme dále vyhodnocovat a případně upravovat,“ uvádí David Kolář, vedoucí marketingu a komunikace.

Nové pojetí se vyznačuje zejména moderním konceptem prezentace ovoce a zeleniny formou „malého tržiště“. Novými regály byla inovována i nabídka vín a alkoholických nápojů. Chlazené zboží (sýry, uzeniny a mléčné výrobky) budou nabízeny v atraktivních antracitových chladicích regálech. Chlazené maso zákazníci najdou v moderních skříňových chladicích boxech, jejichž použití zvyšuje atraktivitu zboží pro zákazníky. V polovině prodejny byla vytvořena akční ulička s šesti speciálními umístěními pro akční zboží. Novinkou je také separátní vyčlenění regálu s nabídkou delikates. Snadnou orientaci v prodejně ulehčuje použití trendových pastelových barev pro jednotlivé skupiny zboží. Částečné změny doznalo i oblečení zaměstnanců, které bylo v úseku pečiva a ovoce zeleniny doplněno o zástěry, jež evokují nákup u místního pekaře nebo zelináře. Zákazníci pak jistě uvítají nové nákupní košíky na kolečkách pro menší nákupy.

Nové Penny je tak vzdušnější a výrazně se odlišuje od stávajících prodejen. V rámci všech změn byla samozřejmě instalována dopeková pec, kde je denně rozpékáno 17 druhů sladkého i slaného pečiva. Regionální pečivo dodává Merhautovo pekařství. Prodejna v Újezdě nad Lesy disponuje stejnou prodejní plochou jako před modernizací, tedy 716 m², o zákazníky se stará 14 zaměstnanců.



Transakce mezi AEW a Tristan Capital

Ve spolupráci s AEW Europe a Tristan Capital Partners koupil fond EPISO (European Property Investors Special Opportunities) majoritní podíl v portfoliu logistických nemovitostí. Portfolio se nachází v pražském regionu a jeho hodnota je 300 mil. eur. EPISO vstoupil do joint-venture s developerem a prodávajícím, společností VGP. Společně tak budou v poměru 80:20 vlastnit nemovitosti postavené mezi lety 2005–2010. Vlajková loď – park v Horních Počernicích – představuje 85 % z celkové rozlohy portfolia, která činí 368 tisíc m². Další devět budov o celkové ploše 62 tisíc m² může být vystavěno v budoucnu. VGP bude fondu EPISO poskytovat služby související se správou developmentu (development management) a rovněž bude působit jako asset manager zodpovědný za nakládání s nemovitostmi, za jejich správu a pronájem. EPISO v transakci zastupovala společnost Cushman & Wakefield.

První ekologická mobilní mycí jednotka

V ČR začala fungovat první ekologická mycí jednotka určená k desinfekčnímu čištění nákupních vozíků, košíků a dalších pojízdných zařízení používaných v obchodních řetězcích. Jednotku vyvinula a nasadila do provozu olomoucká společnost Clean4you. V celé Evropě přitom existují pouze tři obdobná zařízení: v Rakousku, Německu a ve Švýcarsku.

Mycí jednotku představuje kontejner usazený na vozidlo s nosností do 3,5 t. „Zatímco v zahraničí jsou tato zařízení instalována na vozidla s nosností 12,5 tuny, my jsme se rozhodli jít cestou větší mobility. Jsme tak schopni spravovat i prodejny v centrech měst, kam velká vozidla nesmějí zajíždět,“ uvádí ředitel společnosti Clean4you Milan Horyl. Toto zařízení je schopno vyčistit 60 až 80 vozíků za hodinu. Středně velká prodejna je tak díky použité technologii kompletně obsloužena za 5 hodin. Náklady na ošetření středně velké prodejny se stovkou vozíků se pohybuje v rozmezí 6000 až 8000 Kč.

Regal 3/2011

vyšel 22. 3.



V čísle mj. najdete:

- EuroShop 2011
- Město – venkov, mýty versus realita
- Grilovací sezona

Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Prodeje Nespresso přesáhly 3 mld.

Společnost Nespresso zveřejnila výsledky za rok 2010. Prodeje přesáhly výši 3 mld. švýcarských franků a organický růst výši 20 %. Rostoucí segment porcované kávy se i nadále rozšiřoval, přesto stále představuje pouze 8 % celkového objemu trhu s kávou. I přes rostoucí konkurenční prostředí udržuje Nespresso svůj dvouciferný růst. „Naše vášeň vytvářet kvalitu nám umožňuje inspirovat generaci milovníků kávy, kteří se připojují k našemu hledání dokonalé kávy. V roce 2010 značka Nespresso předvedla dynamické vedení, což se odrazilo na stabilním růstu prodeje a dvouciferném organickém růstu na každém trhu,“ uvádí Richard Girardot, generální ředitel, Nestlé Nespresso SA. Firma také celosvětově neustále zvyšuje svůj vedoucí tržní podíl v oblasti kávovarů (včetně kávovarů s filtrem a kávovými pody) a dosahuje přibližně 20 %.

Trh investic čeká další zotavení

Globální trh investic do nemovitostí se i letos bude zotavovat. Investiční aktivita poroste i na rozvíjejících se a „druhořadých“ trzích – tedy nejen v hlavních světových metropolích – Ty vedly v roce 2010. Vyplývá to ze studie International Investment Atlas 2011 společnosti Cushman & Wakefield. Trh bude letos zaměřený na nájemce a hnacím motorem výkonnosti se stane růst nájemného a příjmů. „Ve střední Evropě očekáváme podobný nárůst cen jako proběhl v západní Evropě v roce 2010. Míra výnosnosti poklesne podle našich předpokladů o asi 0,5 %,“ říká James Chapman, vedoucí investičního týmu v C&W v ČR. Celosvětový průměr míry výnosnosti poklesl na 7,6 % (pokles o 21 bazických bodů) a pro rok 2011 se předpokládá další pokles v průměru o 0,3 %.

Zpráva o internetových trzích CEE

Mezinárodní výzkumná agentura Gemius, zabývající se internetovým výzkumem v Evropě a v regionu MENA, právě publikuje ve spolupráci s IAB Europe druhý ročník zprávy „Do you CEE?“. Ta prezentuje informace o internetových trzích regionu střední a východní Evropy a představuje důležitý zdroj

(Pokračování na stránce 2)

Diskuse o smyslu udržitelného podnikání

Dne 14. dubna 2011 se v pražském hotelu Dorint Hotel Don Giovanni uskuteční Forum for Sustainable Business – konference, jejímž smyslem je ukázat, že udržitelné strategie nejsou „zeleným vymýváním mozků“, ale mají praktický přínos pro byznys. Klíčovým řečníkem bude Al Halvorsen, expert a člen managementu největší potravinářské firmy Severní Ameriky Frito Lay/PepsiCo. V plenárním programu i paralelních diskusních sekcích si své zkušenosti, jak omezit spotřebu firem a společností a současně zvýšit jejich ziskovost, vymění desítky praktiků z větších či menších firem i zástupci veřejného sektoru. Více na www.sustainbiz.cz.

Clubcard už i jako kreditní karta

Všichni uživatelé věrnostní karty Clubcard mohou požádat o rozšíření o funkci kreditní karty. Díky tomu budou i nadále sbírat body za věrnost, navíc ale tou samou kartou mohou nákup přímo zaplatit. Pokud zákazník vyčerpané peníze za bezhotovostní nákupy v předchozím měsíci vrátí do 20. dne měsíce následujícího, může dokonce nakupovat až do částky 100 tisíc Kč bez úroků.

„Použití nové věrnostní a kreditní karty Clubcard je jednoduché a praktické. Zákazníci s ní mohou platit za své nákupy nejen v síti prodejen Tesco, ale ve všech obchodech, včetně zahraničních a internetových, které akceptují karty MasterCard. Navíc za použití této karty sbírají body v rámci věrnostního programu Clubcard rychleji,“ říká Lucie Hadaričová, manažerka finančních služeb Tesco. Kartou kromě jiného prezentuje v nákupních centrech také reklamní robot Advee od společnosti Bender Robotics.



Intersnack stáhl kampaň na Senza Wasabi

Společnost Intersnack, s portfoliem značek Bohemia, Slovakia a Canto, se s ohledem na aktuální události v Japonsku rozhodla stáhnout z médií kampaň na svoji loňskou novinku Senza Wasabi. Kampaň, původně nakoupená na březnu, se i díky vstřícnému postoji českých médií (zejména televizí) přesouvá na pozdější období. Ředitel marketingu Michal Riegel komentuje: „Reagujeme tak na kritickou situaci v Japonsku, během níž se nám kampaň s japonskými motivy vedená s humorem a nadsázkou nejeví jako vhodná. Rád bych poděkoval všem našim mediálními partnerům, kteří projevili maximální vstřícnost a umožnili nám kampaň zrušit a přesunout na jiné období bez uplatnění storno poplatků.“

Nicolaus vodka v nové láhvi s termobodem

Slovenská společnost St. Nicolaus se rozhodla vylepšit design své prémiové Nicolaus Extra Jemné 38% vodky. Obměnila etiketu, barevně oživila uzávěr a především doplnila láhev o účelný i efektní



prvek – termobod v podobě sněhové vločky. Pokud je vodka správně vychlazená, pod 11 °C, změní se bílá vločka na etiketě v modrou. Podle údajů slovenské společnosti Nicolaus Trade je to navíc nejprodávanější československá vodka (když se sečte prodej v ČR a SR). Vodka Nicolaus je u nás v prodeji právě jeden rok. V rámci oslav výročí je nyní k dostání za speciální cenu 99 Kč (0,5l).

Veletrh Biostyl 2011

Mimořádně pestrý program si připravil pro letošek již šestý ročník tradičního veletrhu zaměřeného na zdravou výživu a životní styl – Biostyl 2011 (8.–10. dubna 2011). V Průmyslovém paláci na Výstavišti v pražských Holešovicích se představí několik stovek vystavovatelů zaměřených na zdravý a plnohodnotný život či osobnostní rozvoj a volnočasové aktivity. Vzhledem ke stále rostoucímu zájmu veřejnosti o nové zkušenosti v oblasti životního stylu a duchovních nauk se pořadatelé v tomto roce rozhodli kromě obvyklého propojení Esoterika – Biostyl pro rozšíření o další dvě sekce. Poprvé mohou účastníci veletrhů navštívit výstavní sekci představující trendy ve vzdělávání s názvem Evolution a již potřetí mohou zhlédnout i nakoupit produkty a služby rovněž na veletrhu Ecoworld věnovanému ekologii. Více na www.biostyl.cz.

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

(Pokračování ze stránky 1)

nezávislých a spolehlivých dat pro všechny, kteří se zajímají o vývoj internetu v této oblasti. Druhý ročník „Do you CEE?“ uvádí informace z 15 trhů střední a východní Evropy (nově také z Běloruska a Turecka). Všichni zájemci zde najdou informace o aktuálních trendech v oblasti internetu, nepoužívanějších nástrojích pro práci s internetem a o nejdůležitějších internetových hráčích v jednotlivých státech. Více na www.internetcee.com.

Liofol Academy Road Show 2011

V rámci několika akcí pod názvem „Liofol Academy Road Show“ umožní společnost Henkel výrobcům z regionu východní Evropy (v Moskvě 7.–8. 4. a v Krakově 12.–13. 4.) dozvědět se více o současných problémech i budoucích řešeních v obalovém průmyslu. Odborníci zde budou moci získat informace o nejnovějších technologických, hospodářských a ekologických otázkách v oblasti obalového průmyslu. „Měnící se trhy staví výrobce obalů před stále nové otázky a lepidla založená na nejnovějších technologiích jsou v tomto ohledu rozhodujícím faktorem úspěchu. Firmy hledají inovativní a trvale udržitelná řešení, aby mohly vstupovat na nové trhy a udržet si náskok před konkurencí,“ říká Dieter Klewer, sales manager Liofol Eastern Europe společnosti Henkel.

Deutsche Post DHL nad plán

Společnost Deutsche Post DHL, dodavatel poštovních a logistických služeb, během loňského účetního roku výrazně zvýšila tržby a zlepšila svou ziskovost. Dynamický růst ve všech divizích DHL více než vynahradil lehký propad tržeb divize MAIL, částečně způsobený regulatorní změnou v DPH, která začala platit v polovině roku 2010. Celkově vzrostly tržby skupiny o 11,4 % na 51,5 mld. eur. Udržitelný EBIT ve výši 2,2 mld. eur byl o 50 % výše než loni a rovněž přesáhl horní hranici zvýšených plánů provozního zisku společnosti o více než 100 mil. eur. „Naše výborné výsledky v roce 2010 jasně ukazují, že jsme od začátku na dobré cestě ekonomického růstu a že naše Strategie 2015 nese další a další ovoce,“ řekl Frank Appel, CEO, Deutsche Post DHL. „Loňský rok byl důležitým mezníkem na cestě k trvale udržitelnému zvyšování ziskovosti společnosti.“

PLMA's 2011 World of Private Label

Mezinárodní veletrh zaměřený na privátní značky, PLMA's 2011 World of Private Label, se uskuteční 24. a 25. května v amsterdamském RAI Centre. Bude zahrnovat téměř 3600 stánků, tedy výrazně více než v loňském roce. Z více než 70 zemí se zde budou prezentovat skoro 2000 vystavovatelů.

„Bude se jednat o největší výstavu v historii této dlouholeté akce týkající se privátních značek, která je největší svého druhu na světě,“ dodává Brian Sharoff, prezident PLMA. Více na www.plmainternational.com.

Setkání u španělského vína a delikates

Dne 23. března proběhlo v pražské velkoobchodní prodejně společnosti BMC Brno (Českomoravská 142/18) setkání u vína a delikates. Vína z Bodega Dehesa El Carrascal z oblasti La Mancha Denominación de Origen Almansa (Calinda, 2009, D.O. Rueda, Tudon's, 2010 a 2008, Tudon's, 2005 a 2007, crianza a Vino Dulcemar, 2008, barrica) osobně představil obchodní ředitel a enolog Antonio García Fajardo. Současně byly prezentovány olivy značky Arteoliva plněné slaninou a sýrem a tradiční pečivo nejen k vínu, tzv. Picos značky Monti. Veškerý sortiment lze koupit v prodejně nebo objednat. Více informací: Gabriela Sehnalová, import manager, 777 550 547, sehnalova@bmcbrno.cz, www.bmcbrno.cz.

Nová Finlandia Vodka má za kmotry „zmrzlíky“

Finlandia Vodka představila v České republice nový design své legendární láhve, kterou přezdívá „Tající led“. Její dvoumetrovou podobu vytesanou ze skutečného ledu měla možnost veřejnost spatřit druhý březnový týden v Praze na náměstí Míru. Na dvoudenní akci se mohl přijít s novou láhví kdokoli osobně seznámit. Ti, jejichž příjmení má společného „ledového“ jmenovatele, mohli dokonce novou láhev Finlandia Vodka na místě získat. Na tuto událost upozornila předem na svých stránkách na Facebooku Finlandia Friends Czech Republic, kde avizovala možnost získání láhve pro zástupce „ledových jmen“ jako Chlad, Sněžná, Mrázek ad., kteří se zároveň stali kmotry nové láhve.



Advent International kupuje Provimi Pet Food

Advent International, mezinárodní private equity společnost, oznámila, že se dohodla na odkoupení společnosti Provimi Pet Food, která je evropským výrobcem krmiv pro domácí zvířata, od společnosti Provimi Group, firmy zabývající se výživou pro zvířata, za celkovou cenu podniku ve výši 188 mil. eur. Provimi Pet Food je třetím největším výrobcem sušeného i nesusušeného krmiva pro domácí zvířata pro privátní značky v Evropě. Dodává výrobky přibližně 280 zákazníkům včetně velkých maloobchodních řetězců s potravinami na 27 trzích, na kterých působí. Sídli v Budapešti, má přibližně 1000 zaměstnanců a osm výrobních závodů po celé Evropě včetně dvou v ČR. V roce 2010 vykázala celkové tržby ve výši 236 mil. eur. Očekává se, že transakce bude uzavřena během dvou měsíců po nezbytných regulačních procesech.

CCC Boty Czech navýšilo obraty o třetinu

Společnost CCC Boty Czech působí na českém trhu od roku 2005 a za tu dobu stačila v ČR otevřít 45 maloobchodních prodejen. Jenom za rok 2010 jich otevřela osm a dosáhla obratu téměř 0,5 mld. Kč; oproti roku 2009 tak zaznamenala nárůst obratu o 33 %. V současnosti jsou prodejny CCC zastoupeny ve 13 krajích ČR, během roku 2011 je plánovaná další expanze.

„Během tří až čtyř let bychom rádi dosáhli počtu 65 až 70 poboček po celé zemi,“ říká Roman Puchala, jednatel, CCC Boty Czech. „V tomto roce plánujeme otevření dalších prodejen, především v okresních městech. Mezi nejúspěšnější prodejny patří brněnská Vaňkovka, ostravské Futurum a pražské Palladium,“ dodává.



Tři sta třicet tři přelepených úst už visí všude

Třemi sty třiceti třemi billboardy s kritikou zásahu Vojenské policie v České televizi pokrýl celou republiku Rodinný pivovar Bernard tak, jak jeho spoluzakladatel slíbil. Na billboardu dělají v televizním studiu nevídanou společnost sličné zprávaře s přelepenými ústy kukláči v černých overalech s hroznými zbraněmi v rukou. Celá akce zabrala od nápadu k úplné realizaci pouhých pět dnů. „Rychleji to fakt nešlo,“ říká Stanislav Bernard. „Za to teď budou ve všech koutech naší země vědět, že si nemusíme nechat všechno líbit. Jak jsem řekl, společenská odpovědnost firem není jen o charitě. Ohradit se proti diktátu moci je povinností všech lidí. Jinak totiž přistě můžou vtrhnout ke komukoliv domů nebo do firmy, jak si zámánou. Arogance mocných musí mít své hranice a postavit se jim může a musí každý z nás,“ uzavírá.

Přivez domů nejlepší irskou whiskey

Colum Egan, hlavní destilátor Old Bushmills Distillery, v Den sv. Patrika odstartoval celosvětovou soutěž Dostaň se do Bushmills, v níž hledá dva kamarády, kteří nejlépe reprezentují Bushmills ducha přátelství. Ti budou mít šanci pracovat dva týdny po jeho boku a poznat tajemství výroby whiskey, které se v Bushmills uchovává přes 400 let. Pak Egan vybere ze svých sklepů ty nejlepší kousky Old Bushmills a vydá se na tour do země vítězů na Bushmills party, na které budou vítězové VIP hosty. Více na: facebook.com/bushmillsCR.

Vintage Stories 2011

Jarní kolekce Vintage Stories se inspirovala romantickým obdobím „la belle époque“, které utvářelo módu přelomu století. Je ovlivněna prvky, jako jsou průhledné látky, vložené krajky a výšivky. V kolekci pro děti zaujmou šaty na křtiny s detaily, které připomínají zděděné rodinné klenoty. „Nechali jsme se inspirovat stylem dobrého oblékání a cudné módy, které silně dominovaly na počátku minulého století, a zaměřili jsme se proto na propracované detaily, jak je patrné na šatech Vinnie se sámkou a potaženými knoflíky. Inspirace rovněž pochází z vintage obchodů v Paříži, kde lze najít krásné starožitné seprané bavlněné látky a tkaniny,“ říká Sophie Lilja, vedoucí kolekci dámského oddělení KappAhl.

Personálie

- Představenstvo Svazu spedice a logistiky jmenovalo Jana Poltera, obchodního a marketingového ředitele společnosti Dachser Czech Republic, předsedou Klubu Logistiky Svazu spedice a logistiky.
- Kenneth Hansen se stal mezinárodním manažerem trade marketingu značky Pilsner Urquell v Evropě. Bude nově odpovědný za marketing této značky ve všech evropských zemích, kam se plzeňský ležák vyváží.
- Globálním generálním ředitelem společnosti LG Electronics (LG), která působí v mobilních komunikacích se stal Bon-Joon Koo. Až dosud byl viceprezidentem LGI. Je vnukem zakladatele společnosti GoldStar, která byla předchůdkyní dnešní LG. Před jmenováním viceprezidentem LG působil jako viceprezident a generální ředitel společnosti LG Group.
- Mezinárodní realitní poradenská společnost CB Richard Ellis oznámila přijetí Barbory Cassandrové do pozice agentky pronájmů maloobchodních jednotek a jmenování Lenky Šafaříkové junior agentkou v oddělení pronájmů kanceláří. Barbora Cassandrová bude mít na starosti pronájem maloobchodní prostor a zaměřit se hlavně na retail parky v regionech.

Elektronická příloha časopisu Regal. Vychází jednou týdně. Registrován pod ISSN 1801-4976. Kontakt: Regal, Economia, a.s., Dobrovského 25, 170 55 Praha 7; Petr Hříbal, odpovědný redaktor, tel.: 233 071 637, fax: 233 072 021, <http://www.eregal.cz>, petr.hribal@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 jakákoliv 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.