

REGAL line

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 17/11, 3. 5. 2011

Top 10 českého obchodu

Největší obchodní skupiny na českém trhu dosáhly v roce 2010 úhrnných tržeb 309 mld. Kč. V meziročním srovnání jde o stagnaci (či velmi mírný nárůst), což odpovídá celkové situaci v maloobchodě. Krize sice nezasáhla zásadním způsobem ekonomickou situaci domácností, ale přeměla většinu nakupujících k větší opatrnosti. Současně se (mimo jiné díky silnému promočnímu a cenovému marketingu) zvyšuje racionalita nákupního rozhodování. To vše vede v důsledku k omezení výdajů domácností na „zbytečné“ nákupy a ovšem i k poklesu průměrné útraty (nakupuje se méně a za nižší ceny). Odlišné trendy se samozřejmě projevují v různých kategoriích zboží (zejména je rozdíl mezi FMCG kategoriemi a nepotravinářským zbožím). Přesto nelze označit situaci na trhu za vážnou. Zdá se, že největší dopad ekonomické krize již byl překonán, a přestože se zatím nedá hovořit o jednoznačném růstovém trendu, trh zřetelně směřuje k zotavení.

Číslem jedna se v pohledu Top10 obchodníků – podobně jako vloni – stala skupina Schwarz, reprezentovaná na českém trhu společnostmi Kaufland a Lidl. Obě firmy zaznamenávají také pozitivní vývoj tržeb i počtu prodejen, na čemž se podílí dlouhodobé investice do remodelingu prodejen, rozšiřování sortimentu o značkové zboží a investice do čerstvých kategorií.

Na druhé příčce se umístila skupina Rewe. Billa je obratově nejsilnějším hráčem mezi supermarketů a Penny Market je leader diskontního segmentu. Rewe je tedy vedoucí skupinou hned ve dvou moderních obchodních formátech. Třetí je Tesco Stores ČR. Vzhledem k tomu, že jde jen o jedinou firmu (výše jmenované subjekty jsou obchodními skupinami sestávajícími z více společností), je Tesco ve firemním srovnání největší obchodní společností na trhu – v žebříčku firem mu tedy patří prvenství. Tesco je specifické i šíří obchodních formátů, které na českém trhu má – od velkých hypermarketů (v současnosti převáděných do formátu Tesco Extra) přes běžné i menší hypermarkety, supermarkety, convenience prodejny až po obchodní domy. Následuje na čtvrtém místě společnost Ahold ČR provozující pod společnou značkou Albert jak hypermarkety, tak nejrozsáhlejší síť supermarketů na trhu. Jako pátá se umístila velkoobchodní společnost Makro Cash&Carry ČR, která je již dlouhá léta leaderem velkoobchodního trhu. Pro Makro byl rok 2010 ve znamení strategických změn – optimalizovalo koncept prodeje nepotravinového zboží uzavřením kategorií sportovní oblečení a sportovní potřeby a vytvořilo tak více prostoru pro ostatní kategorie. Současně byly ve 13 velkoobchodech vybudovány platformy pro vlastní závoz, což je v historii firmy významná novinka.

Následuje Globus – již tradičně firma s nejvyššími tržbami na jednu prodejnu a mimořádně vysokou věrností zákazníků. Přestože v loňském roce neotevřel nové prodejny, tržby i v komplikova-

(Pokračování na stránce 2)

TOP10 obchodních řetězců v ČR podle tržeb v r.2010

Pořadí	Skupina / Firma	počet prodejen		tržby (mld. Kč, vč. DPH)	
		2009	2010	2009	2010
1	Schwarz ČR	306	315	58,5	60,0 *
	Kaufland	93	95	37,0	38,0 *
	Lidl ČR	213	220	21,5	22,0 *
2	REWE ČR	520	529	51,3	52,7 *
	Billa	196	200	21,8	22,7 *
	Penny Market	324	329	29,5	30,0
3	Tesco Stores ČR	135	149	43,0	45,0 *
	Tesco hypermarket	64	71		
	Tesco obchodní dům	6	6		
	Tesco supermarket	43	47		
	Tesco Express	22	25		
4	Ahold Czech Republic	279	279	43,0	42,0 *
	Albert hypermarket	55	55		
	Albert supermarket	224	224		
5	Makro Cash&Carry ČR	13	13	36,6	33,6
6	Globus ČR	14	14	26,3	27,0
	COOP	2 924	2 794	27,2	25,9 x
7	GECO TABAK	225	233	17,2	17,7
8	SPAR ČR	36	37	13,8	13,3
	INTERSPAR	32	33	12,9	12,6
	Spar supermarket	4	4		
	Spar Sumava	-	-	0,9	0,7
9	OBI ČR	29	30	9,2	9,0 *
10	Peal	-	-	9,5	8,9
TOP10	CELKEM (bez COOP)	1 557	1 599	308	309
TOP10+1	CELKEM (vč. COOP)	4 481	4 393	336	335

- pořadí je stanoveno podle hrubých tržeb r. 2010 (vč. DPH); tržby jsou přepočítány z fiskálního na kalendářní rok
x = systém COOP nemá jednotnou vlastnickou strukturu, takže jeho pořadí není číslované; * = odhad Incoma GfK

Zdroj: firmy a odhady Incoma GfK

Regal 4/2011

vyšel 26. 4.



V čísle mj. najdete:

- Tradiční trh
- Zařízení pro řeznictví
- Letní sezona v obchodě

Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Retail čeká remodeling a expanze

Nákupní centra se i během hospodářského útlumu osvědčila jako ekonomicky pružné instituce, umožňující při kvalitním asset managementu vlastníkům a investorům bezpečné zhodnocení příjmů. Mezinárodní poradenská společnost DTZ předpovídá pro další období omezený pokles výnosů (yieldů). Developeři i investoři se soustředí na obnovu a remodeling stávajících obchodních center. To se týká hlavně maloobchodního prostředí v západní Evropě, kde projde revitalizací značná část nákupních center. Paralelně se zlepšujícími se výhledy na vyšší výdaje spotřebitelů a omezenou nabídkou ploch v zemích východní Evropy očekávají analytici DTZ zahájení výstavby řady nových obchodních center, avšak převážně ve státech střední a hlavně východní Evropy.

Nový eurohub v Bratislavě

Mezinárodní logistický provider Dachser slavnostně zahájil provoz nového eurohubu na Slovensku v logistickém parku v obci Lozorno u Bratislavy a posílil tak spojení mezi 12 zeměmi. Tři eurohuby – v německém Überherrnu, v Bratislavě a od srpna 2011 také ve francouzském Clermont-Ferrand – fungují v tomto mezinárodním propojení jako mezičlánky plnicí konsolidující funkci. Bratislava tvoří průsečík všech přepravních cest z a do CEE s přímým napojením na eurohub v Überherrnu v Německu. Nový eurohub v Lozornu v současné době spojuje Polsko, Českou republiku, Rakousko, Maďarsko, Slovensko, Chorvatsko, Bosnu a Hercegovinu, Srbsko, Rumunsko, Bulharsko, Itálii a Slovensko. Denní přesně načasované služby v oblasti importu a exportu jsou poskytovány mezi všemi těmito zeměmi. Kromě toho nabízí firma denní přesně načasované linky do a z Německa přes Bratislavu.

Igraček v Moskvě

Společnost Efko, český výrobce her a hraček, se jako jediná firma z ČR zúčastnila v Moskvě mezinárodního specializovaného veletrhu Hračka 2011. Expozice her, hraček a (Pokračování na stránce 2)

(Pokračování ze stránky 1)

ném tržním prostředím dokázal zvýšit. Společnost Geco Tabak je svým původem velkoobchodní, ale současně je mimořádně významným maloobchodníkem, její trafiky jsou největším řetězcem svého druhu na trhu. V tomto směru je srovnatelná společnost Peal, která se v Top 10 rovněž tradičně umísťuje. Skupina Spar ČR je na českém trhu zastoupena dvěma společnostmi: Spar ČOS, to jsou dnes zejména hypermarkety Interspar typické svým důrazem na čerstvé potraviny; podle vyjádření vedení společnosti se ale chystá oživení expanze supermarketů Spar. Spar Šumava zásobuje menší prodejny Spar v JZ Čechách. OBI Česká republika je jediným čistě nepotravinářským řetězcem, který se objevuje v Top 10. Přes nepříznivý vývoj celého DIY segmentu si tak OBI udržuje velmi solidní tržní pozici.

Letos byl do srovnání Top 10 obchodníků zařazen i systém spotřebních družstev (v tabulce označený jako Coop). Přestože nejde o firemní či vlastnickou strukturu zcela srovnatelnou s ostatními uvedenými subjekty, jsou spotřební družstva značně integrovány celkem se společnou zastřešující strukturou, společnými nákupními a marketingovými aktivitami. Zejména však jde o nepřehlédnutelný tržní fenomén pro nakupující i konkurenty a dodavatele. Podle svých ročních tržeb se systém Coop pohybuje na sedmé příčce žebříčku a disponuje (byť jde většinou o menší obchodní formáty) úctyhodným počtem prodejen. Specifikem družstevních prodejen je i obsluha lokalit, ve kterých nejsou ostatní řetězce příliš silně zastoupeny (menší města). Detailnější informace o systému spotřebních družstev i širší přehled českého obchodu přinese jako každoročně přehled Top 50 českého obchodu plánovaný ve spolupráci s Incoma GfK pro další čísla časopisu Moderní obchod.

Nutnost odlišení různých formátů

Beatrice Mouton, vedoucí maloobchodu pro CEE, regional director, Jones Lang LaSalle: „Po otevření Galerie Harfa ve 4. čtvrtletí 2010 neočekáváme v roce 2011 otevření žádného nového nákupního centra. V současné době Praha disponuje 778 900 m² ploch v obchodních centrech.

Developerství se nyní soustředí na centrum města, převážně na rekonstrukce v blízkosti Václavského náměstí a ulice Na Příkopě. Po otevření obchodu Van Graf v roce 2010 budou dvě nová obchodní místa na trhu: Václavské náměstí 9, kde McDonald's znovu otevřel svou jednotku, a budova Diamant, kde se očekává umístění velkého obchodu módního řetězce. Mimo Prahu je situace obdobná a obchodníci se soustředí na obchodní ulice. Nejvyšší aktivitu jsme zaznamenali ve městech, jako je Brno a České Budějovice. Od začátku roku 2011 došlo k výraznému zvýšení poptávky po maloobchodních prostorách. Poptávka se však převážně zaměřuje na nejlepší nákupní centra a na hlavní obchodní ulice. V hlavním městě poskytuje ulice Na Příkopě omezený prostor a značky se tak poohlížejí i po místě v přilehlých oblastech, hlavně ve spodní části Václavského náměstí. Gate, slovenský módní řetězec, otevřel svůj vlajkový obchod v budově Darex, do Paláce Koruna se podařilo zajistit novou značku na trhu, Desigual. Na protilehlé straně náměstí jsou rekonstruovány nové prostory a vylepšují tak kvalitu nabídky: nová jednotka otevřel například Blažek, v Paláci Astra probíhá rekonstrukce pro bankovní pobočku. Ulice 28. října, která je přirozeným prodloužením ulice Na Příkopě, rovněž prochází změnami. Ehlenův dům je v rekonstrukci a Apple zde nedávno otevřel nový obchod. Nájemné za jednotky v nejlepších pražských obchodních centrech zůstalo nezměněné na úrovni 95 eur/m²/měsíc (za jednotku o 100 m²). Ostatní dobře fungující centra mají nejlepší nájem v rozmezí 65–75 eur. Hůře fungující centra mohou dosahovat nájmu i o 30 % nižších než výše uvedené, aby si udržely nájemce. Kombinace faktorů nízké budoucí nabídky a zvýšené poptávky podporuje nutnost odlišování různých formátů maloobchodu.“



Konference Marketing Management 2011

Organizátoři 12. ročníku konference Marketing Management se letos při volbě tématu strefili do toho, co pálí všechny marketéry. Motto „Konec výprodeje – ať žije značka!“ spolu se slíbeným hledáním jiných způsobů prodeje, než jsou slevy a akce, přilákalo ke konci dubna již 120 účastníků. Společnosti Blue Events se také podařilo získat „perličku“ do hlavního programu. Elena Feoktistova, zkušená profesionálka s úspěšnou historií projektů pro společnosti Unilever, Coca-Cola a Telegraaf Publishing, se ve svém příspěvku The Power of Priceless s účastníky podělil o své zkušenosti ze světově proslulých kampaní společnosti MasterCard. Konference proběhne 11. května 2011 tradičně v hotelu Grand Majestic Plaza. Více na www.marketingmanagement.cz.

Podravka pobízí ke hře a vaření

Až do konce roku je možné hrát a vařit s Podravkou, sbírat body a získávat dárky v marketingové hře na webových stránkách www.podravka.cz. Hry se může zúčastnit každý, kdo se zaregistruje na webu značky. Každý hráč si zde vytvoří vlastní profil s uživatelským jménem a heslem a během hry sbírá body, které pak může na této stránce směnit za hodnotné výhry. Ve hře je možné sbírat dva druhy bodů – virtuální body přímo v on-line hře na internetových stránkách Podravky a EAN body za čárové EAN kódy z obalů výrobků značky Podravka, které jsou zařazeny do hry.

(Pokračování ze stránky 1)

potřeb pro volný čas pro odbornou veřejnost představuje pro vystavovatele příležitost pro navázání obchodní spolupráce. Veletrhu se totiž účastní všechny stěžejní ruské společnosti v oboru. Efko na veletrhu představilo také nového Igračka v podobě řady profesí – například zahradník, policista, zedník nebo hasič. „Hračkařského veletrhu v Rusku jsme se jednoznačně účastnili kvůli navázání nových obchodních kontaktů v této zemi, ale také v ostatních zemích bývalého sovětského bloku,“ říká Miroslav Kotík, jednatel a majitel společnosti Efko.

Inter IKEA Centre Group developerem roku

Jeden z největších developerů v Evropě Inter IKEA Centre Group získal v mezinárodní soutěži CEE Retail Real Estate Awards prestižní ocenění Nejlepší developer roku 2010. Odborná porota oceňuje developerské aktivity v oblasti rozvoje trhu nemovitostí ve střední a východní Evropě. Soutěž vyhlašuje již několik let magazín Europa Property. Akce se zúčastnili developeri z Polska, České republiky, Maďarska, Slovenska, Ukrajiny, Rakouska, Lotyšska, Estonska a Litvy. Porota složená z profesionálů udělovala ceny v pěti kategoriích – prodejce, manažer nákupního centra, společnost, projekt a celkové ocenění Nejlepší developer roku.

Certifikát kvality pozemní přepravy

DB Schenker Logistics, divize logistiky poskytovatele integrovaných logistických řešení DB Schenker, získala certifikát kvality pro evropskou pozemní přepravu. Tento systém se zaměřuje na zákaznické požadavky, provozní procesy a prvky, jež mají dopad na kvalitu poskytovaných služeb. Audit od certifikační společnosti Bureau Veritas potvrdil, že tento systém je schopen plnit vysoké požadavky, které jsou na něj kladeny.

„Náš integrovaný systém řízení kvality má tři hlavní cíle,“ říká Karl Nutzinger, člen představenstva Schenker AG, odpovědný za pozemní dopravu a evropský region.

Získaný certifikát je platný po dobu příštích tří let. V minulém roce doručil DB Schenker prostřednictvím pozemních přeprav více než 70 milionů zásilek jejich příjemcům.

Zpráva o společenské odpovědnosti

Společnost Starbucks Coffee Company oznámila vydání své jubilejné desáté globální zprávy (Global Responsibility Report), která informuje o aktivitách firmy během fiskálního roku 2010. Ty zahrnují odpovědné pěstování, dohled na životní prostředí a zapojení se do komunit. Interaktivní zpráva je k dispozici na adrese www.starbucks.com/responsibility.

„Desetileté vydávání této zprávy je důkazem nejen našeho závazku vůči globální zodpovědnosti, ale také transparentnosti našich obchodních praktik,“ říká Vivek Varma, Starbucks executive vice president of PR.

Kofola koupila Pinelli

Společnost Kofola se stala 100% vlastníkem společnosti Pinelli. Prvním krokem po převzetí bude rozšíření distribuční sítě a postupná realizace vize Kofoly v segmentu energetických nápojů. Cena transakce nebude na základě dohody smluvních stran zveřejněna. Pinelli je ryze česká firma, kterou založili podnikatelé Milan Vik a Stanislav Hruška v roce 1993 a před 15 lety jako první nabídla českým spotřebitelům energetický nápoj Semtex. „Předpokládáme další růst spotřeby energetických nápojů v České republice. Spotřeba za rok 2010 se pohybuje na úrovni 2 litrů na osobu, to je zhruba pětkrát méně než v sousedním Rakousku,“ říká Jiří Vlasák, člen představenstva společnosti Kofola, který se stal jednatelem nově získané firmy.

Lidem v Praze chybějí skladovací prostory

Společnost City Self-Storage zjistila ve svém průzkumu na vzorku 300 domácností, že lidem v Praze chybí skladovací prostory. Z dotazníků vyplynulo, že účastníci průzkumu za ideální velikost skladu považují 7–10 m² a třetina respondentů uvedla, že největší bariérou pro využívání externího skladu je nedůvěra k tomuto typu skladování. Více než polovina přitom uvedla, že mají nedostatek skladovacích prostor. Soňa Fialová, ředitelka City Self-Storage, říká: „V průzkumu mě nejvíce překvapila nedůvěra v tento typ skladování, ačkoliv je tato služba široce rozvinutá ve všech západoevropských velkoměstech. Naše areály i všechny kóje jsou elektronicky zabezpečené a střežené a nezbytnou součástí je i rozsáhlé pojištění, které je zajištěno ve spolupráci s pojišťovnou Allianz.“ Firma nabízí samoskladování pro osobní i komerční účely. Velké procento jejich klientů jsou realitní, účetní nebo advokátní kanceláře, které potřebují archivovat své dokumenty. Mezi současné klienty patří mj. L'Oréal ČR, Mark BBDO, ČEZ nebo British American Tobacco.

Osoušeče rukou Dyson Airblade šetří náklady

Ve srovnání s běžnými osoušeči rukou jsou provozní náklady nové generace osoušečů rukou od společnosti Dyson pětina a oproti papírovým ručníkům dokonce desetina. Provozovatelé velkých obchodních center můžou instalací těchto přístrojů ušetřit až 10 tisíc Kč za měsíc při vzorové denní návštěvnosti toalet 1000 lidí. Běžné osoušeče rukou dokážou být úspornější oproti papírovým ručníkům, ale přesto při stejné „vytíženosti“ toalety jejich roční náklady přesahují 38 tisíc Kč. Nejvýhodněji tak ze srovnání vychází nízkoenergetický osoušeč rukou Dyson Airblade, jehož provoz ročně vyjde, opět při stejné vytíženosti, pouze na 7300 Kč a ruce dokáže osušit do 10 sekund. Nezanedbatelnou výhodou je také jeho vyšší životnost, antibakteriální povrchová úprava a HEPA filtr, který zachytí 99,9 % bakterií. Své zkušenosti s tímto přístrojem mají hlavně v zahraničí, ale stále více těchto osoušečů je také již instalováno v ČR (např. IKEA, Decathlon ...).



Tržby společnosti Schenker přesáhly tři miliardy

V roce 2010 dosáhla společnost Schenker rekordních výsledků. Její tržby meziročně vzrostly o 53 % a dosáhly 3,03 mld. Kč. Vloni přepravila celkem 780 tisíc tun zboží a 390 tisíc kusů zásilek. Do budoucna se firma hodlá zaměřit na železniční kontejnerové přepravy a nabídku kombinovaných produktů. „Loňský rok byl pro nás výjimečný. Poprvé ve dvacetileté historii společnosti jsme překonali hranici tří miliard korun a ukázali, že právem patříme mezi nejrychleji rostoucí společnosti na českém logistickém trhu,“ říká Tomáš Holomoucký, ředitel společnosti Schenker. Firma loni významně posílila především v oblasti železničních přeprav. Tržby i přepravené objemy meziročně vzrostly pětinašobně.

Zpívání se společností Manner

Kdo se chce zúčastnit světového rekordu a zároveň se pobavit, může si zazpívat se společností Manner a zapojit se do soutěže o nejdelší song na světě. Firma Manner startuje kampaň napříč médií a představuje tak značku Manner zábavnou a veselou formou. Ti, kdo se do soutěže zapojí, mohou získat každý týden zajímavé ceny, např. Playstation 3, SingStar Dance, upomínkové Manner předměty nebo balíčky sladkostí. Zúčastnit se jí může každý v Rakousku, Německu, Česku, Slovinsku a Maďarsku. „Hlavním tématem kampaně je píseň, kterou slyšel snad už každý ‚Mah-na-Mah-na‘. Oblíbený kousek z dětského pořadu Muppet Show jsme upravili na ‚Manner, Manner‘, což sympatizuje se značkou Manner,“ říká Aleš Aldo Kolářek, marketingový a obchodní ředitel společnosti Manner. Více na www.manner.com.

Subway buduje vlastní kavárny

Největší fastfoodový řetězec světa Subway rozšiřuje svůj byznys. V některých svých provozovnách začíná budovat také kavárny pod značkou Subway Cafe. V současné době již nový koncept funguje v několika restauracích Subway v USA. Postupně se začnou pilotní kavárny objevovat také v zemích střední a východní Evropy. V kavárenských koutech Subway Cafe zákazníci najdou několik druhů kávy, kterou tu připravují z vlastních kávových zrn značky Subway. Součástí nabídky jsou také různé druhy zákusků. Kavárenský kout je vždy opticky oddělen od části restaurace, ve které se připravují proslulé sendviče Subway.

Investice do komerčních realit

Během 1. čtvrtletí 2011 se podle společnosti CB Richard Ellis v Evropě investovalo do komerčních realit 26,7 mld. eur. Oproti stejnému období loňského roku je to nárůst o 26 %. Oproti minulému čtvrtletí je to sice pokles z 38,6 mld. eur, což se očekávalo, jelikož poslední čtvrtletí jsou vždy nejsilnější, co se týká investic. Stejně jako v předchozích letech převážná většina investorského zájmu se soustředila na klíčové nemovitosti i trhy. Německo jednoznačně přitáhlo největší zájem investorů, kteří zde celkově zakoupili nemovitosti za 5,5 mld. eur, z čehož celé 4 mld. eur byly investovány do retailových nemovitostí.

Personálie

- Současně s přechodem firmy Pinelli do 100% vlastnictví společnosti Kofola se jejím jednatelem stal člen představenstva Kofoly Jiří Vlasák.
- Do funkce key account managera v obchodním úseku Grannette & Starorežná Distilleries byla uvedena Petra Riegertová, která dosud působilá ve společnosti STZ (dříve Setuza). Spolu s Tomášem Hemplem bude pečovat o klíčové klienty.
- Alexander Rafajlovič byl povýšen na pozici associate v poradenské společnosti v oblasti nemovitostí Cushman & Wakefield. Dosažení této úrovně je prvním krokem ke jmenování partnerem firmy. Alexander Rafajlovič vede tým výzkumu trhu v ČR a SR. Má téměř sedm let zkušeností z výzkumu realitního trhu. Na své pozici je zodpovědný za výzkum a sběr dat, zpracování studií proveditelnosti a poradenství ve všech sektorech nemovitostního trhu včetně maloobchodního, kancelářského, logistického a rezidenčního.
- Anna Aftowicz byla jmenována KFC brand manažerkou pro Českou republiku. U společnosti AmRest pracuje od roku 2007, kdy měla na starosti marketing značky Pizza Hut v Polsku a Rusku. Od roku 2009 působilá jako brand manažerka Rodeo Drive v Polsku a ČR.

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 jakákoli 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.