

# REGAL<sup>line</sup>

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 32/11, 27. 9. 2011

## Dixons Retail přijme v Brně přes 150 nových lidí

Britská společnost Dixons Retail, která v ČR provozuje maloobchodní řetězec Electroworld, chce v Brně pro centrum sdílených služeb přijmout více než 80 zaměstnanců. Nabírat bude i internetový obchod Pixmania, který je součástí koncernu. Celkem má jít až o 70 lidí.

Podle analytika společnosti Cyrrus Ondřeje Moravanského jsou aktivity Dixons Retail pro Brno dobrou zprávou, i když méně významnou. „Stále více zahraničních firem umísťuje do ČR i Brna podobná centra, která slouží klientům ve více zemích. V Brně je to například Lufthansa,“ uvedl Moravanský. Podle něj je to odrazem stále platné konkurenční výhody kvalitní pracovní síly i geografické polohy, kterou Brno nabízí. „Předpokládám, že firma nabídne pracovní místa zejména jazykově vybaveným lidem,“ dodal Moravanský.

Britský Dixons Retail se orientuje na maloobchod a služby v oblasti elektroniky. Centrum sdílených služeb má firma v Brně od roku 2007. Nyní třísetčlenný tým doplní 80 nových pracovníků na pozice ve službách zákazníkům, ve finančním řízení a v informačních technologiích. Mají obsluhovat zákazníky ve 12 jazycích.

Dixons Retail provozuje ve 26 zemích více než 1200 klasických či internetových obchodů a zaměstnává 38 tisíc lidí. Jeho Electroworld provozuje v ČR a na Slovensku 23 obchodů. V Brně má dva tyto obchody a centrální sklad.

## Makro zavádí novou službu dovážky čerstvých ryb

Společnost Makro Cash & Carry zavádí novou službu dovážky ryb pro HoReCa zákazníky, Express Delivery. Z rybí platformy v Čakovicích, kde se ryby skladují i zpracovávají, je možné dovést objednávku do restaurace během několika hodin od jejího přijetí. Pro Express Delivery z čakovické platformy je uzpůsoben také autopark se speciálně upravenými vozy pro přepravu ryb. Meziroční nárůst dodávek ryb HoReCa zákazníkům stoupl ve srovnání s loňskem o 20 %. Makro spolupracuje s 6200 HoReCa zákazníky, ale čerstvé ryby zaváží také do dalších asi 40 velkoobchodů Makro/Metro v ČR, SR, Maďarsku, Bulharsku a Srbsku.

Bernard Schaut, Key Account Manager Fish Makro Cash & Carry, k celému procesu říká: „Můžeme si dovolit, aby základ všech našich objednávek tvořily ryby, které mají naši zákazníci na menu. Tím je zajištěno, že zákazníkům vždy vyhovíme. Ryby si od nás mohou objednat 24 hodin předem pět dní v týdnu.“

Rybí platforma v Čakovicích byla otevřena v roce 2006 a skladuje se zde celkem 110 druhů ryb od cca 30 dodavatelů. Z toho asi 80 % tvoří mořské ryby, 11 % sladkovodní, 6 % měkkýši a 3 % hlavonožci. Ryby se na platformě v Čakovicích také kuchají, porcují, filetují, vakují, udí a provozuje se zde vivárium pro živé humry.



## Slovenská vodka destilovaná stříbrem na českém trhu

Leader na slovenském trhu s alkoholem, společnost St. Nicolaus Trade, uvádí v ČR na trh svou prémiovou vodu Nicolaus Extra jemná vodka. Ta získala v letošním ročníku mezinárodní soutěže World-Spirits & Award Festival 2011 zlatou medaili v kategorii vodek. Pro její výrobu zavedla společnost v lihovaru v Liptovském Mikuláši speciální technologii osminásobné destilace přes stříbrné filtry. Výhodou této technologie je podle generálního ředitele společnosti Václava Garguláka zejména výsledná čírost lihoviny. Marketingová kampaň nového produktu v ČR zdůrazňuje zmiňované zlaté ocenění na prestižní soutěži a spojuje ho s dalším drahým kovem ve sloganu „Stříbrem filtrovaná, zlatem oceněná“. Jako podporu prodeje zavádí St. Nicolaus podle obchodního a výkonného ředitele Jiřího Štesla venkovní nosiče, print, POS a také on-line kampaň na webových stránkách Facebooku – cílovou skupinou mají být zejména lidé ve věku 30–40 let.



Regal 9/2011

vyšel 13. 9.

V čísle mj. najdete:

- Souboj formátů
- Obchod jako kuchařka
- Jak vybrat podlahu
- Vánoce v regálech



Předplatné na [www.eregal.cz](http://www.eregal.cz)

**economia**  
OBSAH ROZHODUJE

## Tesco připravuje cenovou válku

Tesco se ve Velké Británii chystá rozpoutat cenovou válku mezi supermarketami. Na mušce má zejména konkurenty Asda, Sainsbury's a Morrisons, ale také diskontní řetězce Aldi nebo Lidl. V posledních měsících Tesco mírně ztrácí podíl na trhu, zejména kvůli strategii Asdy snížit ceny o 10 % na jeden nákupní košík. Podle časopisu The Grocer se Tesco chystá na nový útok. Očekává se, že z dílčích cenových akcí se přeorientuje zejména na permanentní plošné snížení cen na všechno zboží. Tento tah potom donutí Aldi, který je součástí největšího světového řetězce – amerického Walmartu, aby buďto snížil ceny, nebo porušil své sliby zákazníkům. Zdroje z oboru tvrdí, že Tesco hodlá své manažery s novou kampaní seznámit během několika příštích dní. Na příští víkend dokonce veškerému personálu zakázalo vzít si dovolenou, aby včas stihli přecenit všechno zboží na prodejnách a vyvěsit nové bannery.

Philip Dorgan, odborník na retail společnosti Palmure, i další odborníci informace potvrzují s odkazem na to, že podzim je tradičně nejvyostřenějším obdobím konkurence mezi food retailery. Snížení cen také napovídá útlum promo aktivit Tesca v srpnu. Spekuluje se, že Tesco některé skupiny výrobků zlevní na 5, 4, 3, 2 a 1 libru.

Plánovaná strategie má Tesco přinést větší zisk, podle britských retail analytiků totiž podíl Tesca na britském trhu pomalu klesá. Aby se nedostalo pod 30 %, udělá prý cokoliv. Tesco se podle slov svého tiskového mluvčího nechce ke spekulacím vyjadřovat.

## Aldi modernizuje své prodejny

Aldi Nord, vlastník společnosti Dutch Aldi, potichu testuje nový formát prodejen. Uvedl to holandský server Distrifood. V belgickém Gentu otevřel Aldi prodejnu, která je větší, světlejší, s novými fotografiemi nad regály i novým logem. Prodejna působí celkově světleji i díky větším oknům. Zároveň jsou lépe vystaveny produkty Aldi Süd. Sortiment nové generace je skoro stejný jako standardní dodávky. Díky závěsným fotografiím nad regály

(Pokračování na stránce 2)

## Dietplus chce rozvíjet franchisingovou síť

První regionální centrum Dietplus bylo otevřeno v Ústí nad Labem. Doposud u nás byla dvě centra této franchisingové sítě pouze v Praze. „Centra v Praze jsou naše firemní, ale chceme jít dál cestou franchisingu jako v Ústí nad Labem. V Česku franchising zatím není příliš rozšířený, ale jinde ve světě je to osvědčená cesta k podnikání, která minimalizuje rizika, protože franchisant získá osvědčený koncept, know-how a marketingovou podporu z centra. V případě Dietplus se jedná o obrovský trh, minimálně třetina lidí na světě chce a potřebuje zhubnout,“ uvádí Iveta Berkovičová, projektová manažerka firmy.

Projekt Dietplus české společnosti International Diet kombinuje nutriční poradenství s individuální nabídkou dietního jídla pro celý den. Firma International Diet je součástí potravinářské skupiny United Bakeries. Jídla pro centra v ČR i zahraničí se vyrábějí v Milíně v jedné z provozoven islandské společnosti Bakkavör Group.

## Termix v novém obalu

Polabské mlékárny uvádějí na trh svůj výrobek Termix v novém obalu. Termix, který se v Poděbradech vyrábí již 35 let, bude nyní „oblečen“ do retro stylu. „Nové obaly, které jsou laděny do oblíbeného retro stylu, mají pro každou příchuť (kakao, vanilka, jahoda) svou vlastní typickou barevnou duhu,“ říká Petr Juráň, account director agentury Comtech, která nové obaly připravila.



## České pekárny jsou v červených číslech

Podle aktuálního průzkumu Podnikatelského Svazu pekařů a cukrářů ČR je osm z deseti českých výrobců chleba a pečiva ve ztrátě a nejsou schopni investovat do rozvoje ani vytvářet nárůst mzdových nákladů alespoň na úrovni reálné inflace. Výzkum se uskutečnil v rámci odborného semináře PSPaC ČR, kterého se zúčastnilo více než 200 manažerů českých pekáren. Český pekařský průmysl je navíc podle průzkumu decimován růstem většiny vstupních nákladů a importem mražených polotovarů dopékaných v marketech. „Úprava odbytových cen pekařských výrobků v letošním květnu byla vyústěním řady nepříznivých faktorů, působících v oboru od začátku krize,“ uvádí předseda PSPaC ČR Jaromír Dřízal a dodává, „pekařům se sice podařilo trochu „nadýchnout“, ale kritická situace v celém oboru přetrvává. To je neoddiskutovatelný fakt.“

## Shop by NOI otevřen na Újezdě

Restaurace NOI nabízející autentickou thajskou kuchyni otevřela pro své zákazníky nový obchod. Shop by NOI v bezprostřední blízkosti restaurace na pražském Újezdě láká k návštěvě všechny, kteří rádi dávají dárky nejen ostatním, ale i sobě. Podle slov provozovatelů obchodu vybrané produkty značek Rituals, comfort zone, Dr. Hauschka, Tea Forte, Moët&Chandon, Savon de Marseille, Papier d'Arménie, Veuve Clicquot v sortimentu Shop by NOI nabízejí zásobárnu tipů na dárky.



## Třetí FrAMchise Day v Praze

V Praze se 20. října v hotelu Corinthia uskuteční 3. mezinárodní přehlídka franchisingových příležitostí – FrAMchise Day 2011. Na tuto akci se přihlásilo již 48 značek, které se zde budou prezentovat. To ještě není konečný počet a organizátoři očekávají další zájemce o účast. Mezi značkami je sedm nových amerických konceptů, nabízejících franchisingovou master-licenci pro Českou republiku, popř. pro Slovensko, a osm dalších amerických konceptů, které již v ČR nebo na Slovensku s využitím franchisingu podnikají. Spolu s nimi se prezentuje deset franchisingových konceptů, které vznikly v České republice a úspěch amerického franchisingu byl pro ně inspirací, a také dva koncepty z Evropy. Na FrAMchise Day se představí také 21 „franchise friendly“ značek, nabízejících široké spektrum služeb, know-how, systémů a technologií využitelných pro franchisingové podnikání.

## Nové funkce navigací pro nákladní vozy

Společnost Mio nabízí pro své navigace Spirit nový „Režim nákladního vozu“ určený profesionálním řidičům. Tato funkce poskytuje navigování s ohledem na rozměry, váhu, typ vozidla a jím převážený náklad. Řidiči jsou díky aktuálním a přesným informacím o silniční síti dovedeni do cíle bezpečněji a efektivněji cestou. „Režimem nákladního vozidla jsme se rozhodli pomoci řidičům, kteří často musí měnit trasu s ohledem na hmotnost či rozměry automobilu či aktuálního nákladu. Díky jemu se snadno vyhnou například nebezpečně ostrým zatáčkám a jsou v dostatečném předstihu vizuálně i verbálně informováni o nejvyšších povolených rychlostech pro nákladní vozy, aby mohli včas a bezpečně zpomalit,“ říká Tomáš Kudweis, obchodní a marketingový manažer společnosti Mio Česká republika a Slovensko.



## Časopis Regal je na Facebooku!

Od srpna s námi můžete mluvit a sdílet příspěvky i fotky přes Facebook Regal. Těšíme se na vaši přízeň i zajímavé postřehy.

(Pokračování ze stránky 1)

je možné výrobky snadněji v obchodu najít. Cenovky na zboží jsou bílé místo oranžové. Němečtí odborníci se domnívají, že chce Aldi držet krok s konkurencí tím, že bude modernizovat své prodejny.

## Carrefour v Číně ztrácí

První týden in září se objevily zprávy, že se Carrefour chce stáhnout z čínského trhu a jeho prodejny převezme společnost China Resources. PR oddělení čínského Carrefouru to ale vzápětí popřelo a naopak sdělilo, že řetězec v Číně plánuje expandovat. Za rok hodlají v Číně otevřít dalších 20 až 25 prodejen. Pravdou však zůstává, že Carrefour v Číně silně ztrácí pozici za RT-Martem i dalšími tamějšími retailery, jako je CR Vanguard.

„Od loňského července bylo zavřeno šest prodejen a vysoká fluktuace zaměstnanců vedla ke zvýšenému dohledu nad výdaji,“ říká zdroj blízký řetězci. Dramaticky se podle tohoto zdroje také zvýšily náklady na logistiku a chod kamenných prodejen. V případě pokračování v zaběhnutém modelu prý nebude možné dosáhnout v Číně plánovaných zisků. Vstřícnost od čínské vlády, která se Carrefouru dostávala v jeho začátcích, co se týče pronájmu prostor nebo otevírání nových prodejných míst, už je minulostí. Proto Carrefour plánuje změnit svou strategii otevírání nových poboček v Číně – zaměřit se spíše na periferie a menší města.

## UPS expanduje v Kolíně nad Rýnem

Dne 15. září, tedy přesně v den, kdy společnost UPS dovršila svých 25 let působení na letišti v Kolíně nad Rýnem-Bonn v Německu, zveřejnila také své plány významně rozšířit svůj letecký hub v Evropě. Projekt expanze, který má být dokončen koncem roku 2013, vybaví stávající zařízení moderními technologiemi a současně letecký hub významně rozšíří. Tato expanze také do značné míry umožní

(Pokračování na stránce 3)

## Heineken členem POPAI

Společnost Heineken Česká republika se stala novým členem středoevropské POPAI a rozšiřuje tak členskou základnu sekce „Klub zadavatelů POPAI CE“. V České republice zajišťuje společnost Heineken výrobu, distribuci a prodej piv značek Starobrno, Hostan, Krušovice, Zlatopramen, Břežňák a dalších.

V rámci celosvětové sítě POPAI jsou mezi členy další pobočky této společnosti, například Heineken Brouwerijen je členem asociace POPAI Benelux, Heineken Hungária Sörgyárak Nyrt. je členem maďarské asociace POPAI Hungary. Klub zadavatelů POPAI CE je otevřen pro všechny zadavatele reklamy, kteří mají zájem o novinky, výzkum, relevantní informace z místa prodeje a nejnovější dění v in-store marketingu.

## Guess a Liu Jo v Paláci Flóra

V nákupní galerii Palác Flóra jsou nově otevřeny dvě prodejny – Guess jeans a Liu Jo. „Uvědomujeme si, že v dnešní době je konkurence opravdu silná, a proto jsme rádi, že můžeme své stálé i nové zákazníky neustále překvapovat a nabízet jim další exkluzivní možnosti pro nákupy,“ uvedla Daniela Vocetková, marketinová ředitelka Paláce Flóra.

V České republice a na Slovensku se značkou Liu Jo spotřebitelé mohli setkat již ve značkových obchodech v Praze, Brně a Olomouci nebo v multibrandových prodejnách v Bratislavě, Banské Bystrici, Košicích a Karlových Varech. Značka Guess je českým zákazníkům už důvěrně známá.



## E-shopy i kamenné obchody slabší v péči o zákazníky

Internetový obchod Kasa.cz, který je součástí skupiny Internet Retail, provedl mezi návštěvníky svých stránek průzkum spokojenosti s nakupováním v e-shopech v porovnání s kamennými obchody. Ankety se zúčastnilo zhruba 3000 respondentů.

Vyšlo z ní, že největší slabinou českých obchodních center a zároveň i e-shopů je kvalita služeb a péče o zákazníky. Za největší slabinu českých e-shopů považují zákazníci služby a péči o zákazníky (59 %), dále pak šíři nabídky (21 %) a také vzdálenost kamenné výdejny od bydliště (14 %). Péče o zákazníky propadla také v případě kamenných obchodů – stěžuje si na ni téměř polovina respondentů.

A jaké důvody uváděli respondenti pro nakupování na internetu? Nejčastěji jsou to výhodné ceny (41 %), za velké pozitivum považují i pohodlí nákupu a dopravu až do domu (39 %). Jen 18 % dotázaných na internetu nakupuje z důvodu širší nabídky. Ta naopak figuruje především mezi nejčastěji zmiňovanými benefity nákupních center. K těm patří i pohodlí a vzdálenost od bydliště, což vyzdvihuje celá třetina respondentů. Nejméně často v souvislosti s obchodními centry zákazníci oceňují výhodné ceny (pětina dotázaných).

## Minerálky San Pellegrino v lahvi od Bulgari

Italský výrobce minerálních vod San Pellegrino zahájil novou kampaň ve spolupráci s módním domem Bulgari, který se na kampani podílí novým designem skleněných lahví a etiketou s vyobrazením jednoho ze svých šperků. Speciální edice lahví nese název S.Pellegrino sparkles with Bulgari. V Česku bude edice uvedena na trh v říjnu.



## Tesco letos vytvořilo 476 pracovních míst

Společnost Tesco Stores ČR vytvořila za letošní rok 476 pracovních míst. Celkem plánuje v letošním roce vznik 900 pracovních míst. V loňském roce to bylo 970 míst a o rok dříve 765 míst. Jak dodal personální ředitel Tesco Karel Foltýn, společnost rozjíždí každoročně několik rozvojových programů, kterých se nyní účastní 1900 zaměstnanců. Dlouhodobě je ale v ČR nedostatek lidí do vedoucích pozic.

(Pokračování ze stránky 2)

odbat větší množství přepravovaných zásilek. Následkem toho bude výrazným způsobem navýšena kapacita rozříděných zásilek v hubu, z dnešních 110 tisíc na 190 tisíc zásilek za hodinu. Letecký hub UPS Kolín nad Rýnem-Bonn bude podle slov zástupců společnosti patřit k nejmodernějším třicetiletým centřům na světě. Tato expanze v odhadované hodnotě 200 milionů USD představuje dosud nejrozsáhlejší investici UPS do zařízení mimo USA.

## Akvizice Vudu úspěchem Walmartu

Akvizice internetové filmové služby Vudu, která proběhla před osmnácti měsíci, je pro Walmart velkým úspěchem. Během první poloviny loňského roku se společnost Vudu na zisku internetového trhu s filmy podílela pouhým jedním procentem. Za první polovinu roku 2011 ovládá ale již 5,3 % trhu, což Vudu posouvá na třetí místo za lídra iTunes a Microsoft Zune Video Marketplace.

Digitální iniciativy Walmartu se dosud nemohly pyšnit žádným větším úspěchem. Společnost v nedávné době zastavila svůj hudební obchod s mp3 a ani v internetovém prodeji se Walmartu příliš nedařilo. Před akvizicí Vudu se Walmart také neúspěšně snažil spustit e-mailovou službu na stahování DVD. Vudu je prvním digitálním počinem Walmartu, který má u zákazníků úspěch. Vlastní jednu z největších databází filmových novinek, z nichž mnoho získává jako první. Těží totiž z toho, že spolupracuje s mnoha různými dodavateli.

Vudu svůj svazek s Walmartem však příliš na odiv nestaví. Jediné místo na jeho webových stránkách, kde je možné se o Walmartu dozvědět, je sekce Blu-ray přehrávačů, televizních setů a herních konzolí.

## Personálie

- Virginie de Baere, která se přednedávnem přestěhovala z Polska do České republiky a která je zodpovědná za koordinaci služeb Property Managementu Jones Lang LaSalle v regionu střední a jihovýchodní Evropy, byla dále pověřena vedením oddělení Property Managementu v ČR a na Slovensku.

- Na pozici ředitelky komunikace společnosti Tesco nastoupí 1. listopadu Emilie Pražáková. Nahradí tak Evu Williams, která v červenci odešla na rodičovskou dovolenou. V této pozici bude zodpovědná za korporátní komunikaci, filantropické projekty a vztahy se státní správou. Emilie Pražáková přichází z agenturní strany. Od roku 2002 pracovala v největší české PR agentuře AMI Communications, naposledy jako Senior Account Director pro oblast zdravotnictví. Vystudovala Vysokou školu ekonomickou v Praze a Filozofickou fakultu Univerzity Karlovy.