

REGAL^{line}

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 33/11, 4. 10. 2011

United Bakeries bude patřit Agrofertu

Skupina Agrofert Holding podnikatele Andreje Babiše kupuje vlastníka největších tuzemských pekáren United Bakeries, Euro Bakeries Holding, uvedl to server Patria Online a následně potvrdila ČTK. Transakci nyní musí schválit antimonopolní úřad. Skupině Agrofert, která je největším subjektem v zemědělství a potravinářství v ČR, v současnosti mimo jiné patří druhé největší domácí pekárny Penam. „Jasně, dnes jsme to podepsali,“ odpověděl na dotaz ČTK Babiš. Zástupce United Bakeries naopak zprávu o transakci nepotvrdil. „My své záležitosti zásadně nekomentujeme,“ řekl mluvčí pekářenské skupiny Jaroslav Pomp.

O možném sloučení dvou největších pekáren v zemi spekovala média s přestávkami již několik let.

United Bakeries je hlavní pekářská skupina v regionu střední Evropy. Vznikla spojením největších českých skupin Delta Pekárny a Odkolek. Ve firmách ve třech zemích má zhruba 4000 zaměstnanců. Její tržby předloni klesly meziročně o 16 procent na 4,02 miliardy korun.

V předloňském rozhovoru pro ČTK spolumajitel United Bakeries Marko Pařík uvedl, že firma hledá zahraničního partnera, s nímž se chce spojit a expandovat na západoevropské trhy. Tuzemští výrobci v čele s Penamem patřícím Agrofertu nemají United Bakeries co přinést, řekl tehdy Pařík.

Agrofert je největší skupinou v českém zemědělství a potravinářství a předním hráčem chemického průmyslu v ČR. Nekonsolidované tržby Agrofertu loni podle předběžných výsledků klesly na zhruba 132 miliard korun. Výsledek zahrnuje hospodaření 150 firem. V roce 2009 činily podle předběžných neauditovaných výsledků nekonsolidované tržby Agrofertu 137,3 miliardy korun.

Palác Flóra byl prodán za 4,7 miliardy korun

Nákupní a kancelářské centrum Palác Flóra koupila společnost Atrium European Real Estate od AFI Europe a Avestus Cupital Partners. Prodej byl uskutečněn za 191 milionů eur (asi 4,7 miliardy Kč). Podle zástupců kupující společnosti je tato transakce součástí strategie vyhledávat nákupní centra v České republice, Polsku a na Slovensku. Firma se zaměřuje pouze na taková centra, která jsou zisková a mají supermarket. Nákup Paláce Flóra je zatím největší transakcí, jaká se na realitním trhu v Praze letos odehrála. Kupující stranu zastupovala společnost CB Richard Ellis, prodávající pak Jones Lang LaSalle.



Nová metodika monitorování nákupů

Společnost GfK spustí od ledna novou metodiku pro monitorování nákupů všech kategorií rychloobrátkového zboží, a to včetně čerstvých produktů.

ConsumerTracking GfK zavádí metodu InHome Scanning, což je sběr dat o nákupním chování pomocí skenerů čárových kódů. Od ledna 2012 budou domácnosti v České republice a na Slovensku, zařazené v panelu, zaznamenávat pomocí této metody veškeré nákupy rychloobrátkového zboží. Zásadním přínosem metody InHome Scanning je rychlost, s níž jsou získávána data k dalšímu zpracování. Ta umožní včasné marketingové rozhodnutí, důležitá například při vyhodnocování efektivity a dopadu promočních akcí.

„Přechodu na InHome Scanning předcházely téměř dva roky příprav, velký důraz klademe zejména na testování a přípravu na validaci dat, hodně úsilí věnujeme podpoře a motivaci jednotlivých domácností, které jsou do panelu zapojené,“ říká Karel Gröschl, Consumer Tracking Director GfK Czech. „Od této metody si slibujeme širší záběr, tedy prakticky neomezený počet kategorií, které můžeme sledovat. Získáme tak mnohem detailnější pohled na spotřebu například čerstvých potravin,“ dodává Karel Gröschl.

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

economia
OBSAH ROZHODUJE

Britští spotřebitelé přecházejí na značkové zboží

Výrobci značkového zboží zvýšili množství slev pro své zákazníky. Vychází to z tlaku řetězců, které přesvědčují zákazníky, aby kupovali jejich vlastní značky. Nynější cenová kampaň Tesco se vztahuje hlavně na jeho vlastní výrobky. Zdroje uvnitř Tesco totiž potvrdily, že zákazníci začali kvůli promócím přecházet na značkové zboží: „Bez povšimnutí Tesco výrobků zákazníci pouze přecházejí z jedné značky na druhou podle toho, jaké zboží je zrovna v akci.“

Údaje agentury Assosia, která monitoruje všechny promoce v britských supermarketech, poukazují na to, že akční slevy na značkové výrobky vzrostly o 34,3 % oproti loňským 32,5 %, v samotném Tescu je to pak ještě více. Nejvíce slev proběhlo v segmentech zubních past a deodorantů. U spotřebitelů se navíc projevuje nostalgie po tradičních, zavedených značkách.

Carrefour chce otevřít luxusní prodejnu potravin v centru Paříže

Carrefour má v plánu otevřít v centru Paříže, na náměstí La Madeleine, prémiovou prodejnu potravin. Chce tak po vzoru Dairy Farm v Asii, El Corte Inglés ve Španělsku nebo Auchan ve Francii oslovit segment finančně lépe situovaných zákazníků. Obchod o rozloze 3500 m², který bude nejspíše pojmenován „Les Halles de la Madeleine“, má prodávat prémiové zboží a čerstvé produkty. Prozatím však Carrefour nezveřejnil žádné datum otevření. Prémiovou prodejnu již provozuje v Bruselu. Odborníci však novou strategii Carrefouru, který se vždy zaměřoval spíše na velké hypermarkety, příliš nedůvěřují a považují ji v jeho současné nevalné situaci za chaotickou. Podle Natalie Berg z PlanetRetail by se Carrefour spíše měl starat o cenovou politiku a dostupnost zboží ve svých hypermarketech. Před měsícem totiž ohlásili, že očekávané zisky za rok 2011 budou zřejmě o 15 % nižší, než očekávali. Carrefour na francouzském trhu ztrácí svůj podíl, nezabraly ani tradičně úspěšné podzimní promoce.

V Česku přibývá farmářských prodejen

V Česku přibývá tzv. farmářských prodejen, které nabízejí výpěstky drobných zemědělců a potraviny od malovýrobců. Například řetězec Český grunt do konce roku plánuje rozšířit počet svých prodejen ze současných čtyř na osm, řekl ČTK jednatel společnosti Český grunt CZ Aleš Kotěra. Během podzimu přibudou ke dvěma již fungujícím pražským, pardubické a písecké prodejně obchody v Táboře, Olomouci, Příbrami a Českých Budějovicích.

V Česku jsou další podobné obchody. Například podnikavý farmář František Němec z Netína na Žďársku má v Praze tři prodejny, kde kromě vlastních jogurtů, sýrů či máku nabízí masné výrobky, ovoce a zeleninu od jiných soukromých zemědělců. Jak Němec ČTK řekl, otevírání dalších prodejen nyní neplánuje, chce se zaměřit na ty současné. Poslední z nich soukromý zemědělec z Vysočiny otevřel v polovině července na Vinohradské ulici. „Chtěli bychom se teď věnovat také prodeji potravin přes internet,“ řekl.

Od května funguje farmářská prodejna také v Plzni, začátkem září otevřel obchodník Josef Kadubec v Českých Budějovicích první kamenný obchod s výhradně jihočeskými potravinami.

Podle Kotěry lidé nejčastěji v prodejnách Českého gruntu nakupují uzeniny z malých feznictví a potvrzují tím pověst Čechů coby milovníků masitých pokrmů. Druhou nejoblíbenější položkou jsou mléčné výrobky, zejména sýry a jogurty.

Češi si farmářské produkty v poslední době oblíbili. Pouliční farmářská tržiště se loni stala hitem nejprve v Praze, poté začaly houfně přibývat v dalších městech.

Farmářské trhy obnovují v ČR téměř zaniklou tradici pouličního prodeje potravin. Nabízejí většíinou lokální výpěstky a potraviny. Někteří pořadatelé farmářských tržišť ale ve snaze zajistit dostatečnou nabídku zboží začali umožňovat prodej na trzích také překupníkům, kteří zde nabízeli ovoce či zeleninu předtím koupené v supermarketech. Ministerstvo zemědělství proto nedávno zveřejnilo dobrovolný kodex farmářských trhů, který pro jejich pořádání stanovuje pravidla.

Jihlavanka s novou soutěží

Od 15. října do 9. prosince 2011 poběží rozsáhlá spotřebitelská soutěž kávy Jihlavanka, zaměřená na podporu loajality stávajících a oslovení nových zákazníků. Soutěž bude probíhat prostřednictvím SMS a je určena pro celý trh.

Každé dva týdny se bude hrát o části kávového setu. Soutěž je komunikována soutěžními samolepkami na obalech kávy Jihlavanka, TV a rozhlasovými spoty, druhotným vystavením a poutači v místě prodeje, v letáčích, na webu jihlavanka.cz apod.



Odhaleny nepovolené látky v dovezených produktech

Tuzemským biopotravinám občas kazí dobré jméno dovezené produkty. Informoval o tom Svaz ekologických zemědělců PRO-BIO na základě zjištění při preventivních kontrolách Státní zemědělské a potravinářské inspekce.

Ve druhém čtvrtletí letošního roku Státní zemědělská a potravinářská inspekce učinila preventivní monitoring biopotravin. Následně provedené laboratorní zkoušky u některých bioproduktů odhalily nepovolené látky. Až na jediný případ se nejednalo o domácí produkty. Přístup orgánů státní správy i dozorové organizace potvrdil, že kontrolní systém je velmi účinný. Bez povšimnutí jím pochybení neprojdou.

U většiny negativně hodnocených vzorků se jednalo o skladové insekticidy či fungicidy, jejichž koncentrace byla tak malá, že byla právě na hranici stanovitelnosti. Odborníci připouštějí, že ke kontaminaci mohlo dojít např. i při skladování u zpracovatele. To však už producent neovlivní. Ve většině případů se ale jednalo o podlimitní hodnoty.

Aventin v Jihlavě do dvou let

V září se rozeběhla výstavba obchodního centra Aventin v Jihlavě. To bude podle plánů stát u pelhřimovské výpadovky do dvou let. Zahájení stavby investor několikrát odložil, během léta se mu však podařilo podepsat nájemní smlouvu se společností OBI.

Hobby market zabere plochu 9000 metrů čtverečních, ostatní obchody by měly nabízet oděvy, obuv, elektroniku či nábytek. Každý z nich přitom bude mít svůj vlastní vchod zvenčí. První etapa zahrnuje vybudování patnácti obchodů, parkoviště pro zhruba 500 aut a rychlé občerstvení. Náklady na výstavbu první části centra jsou odhadovány na půl miliardy korun.



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.

Britští farmáři se bojí dopadů snižování cen v Tesco

Britští farmáři varovali, že se dodavatelé obávají dopadů nové kampaně Tesca, která spočívá v plošném snížení cen. Národní unie farmářů (National Farmers' Union) reagovala na výroky šéfa britského Tesca Richarda Brasher, který podle svých slov očekává, že si s dodavateli sednou k jednacímu stolu, aby je přiměli nést břímě zlevňování spolu s nimi. Brasher věří, že celý dodavatelský řetězec bude ze škrtů profitovat, protože stoupne objem prodeje.

Škrty z kampaně „Big Price Drop“ budou částečně dotovány snížením promoci a zrušením zdvojené dotace bodů na Tesco Clubcard. Každý bod na kartě pak bude odpovídat nákupu v hodnotě 1 libry. Thomas Hind, ředitel Corporate Affairs NFU, se vyjádřil, že spíše než o maloobchodní ceny má největší obavy o výkupní ceny u farmářů. Zkušenosti mu prý říkají, že retailéři často očekávají, že dodavatelé s nimi ponesou břímě snižování maloobchodních cen. „To by bylo v současných podmínkách, kdy farmáři a drobní výrobci musí čelit masivnímu tlaku, nepřijatelné,“ řekl.

Tesco má již nyní s některými svými dodavateli vyhrocené vztahy. V červenci před britským sídlem Tesca protestovalo na sedm desítek chovatelů prasat za férové ceny za své produkty. Největším kritikem postupu retailérů vůči drobným dodavatelům je šéf liberálních demokratů Tim Farron, jehož volebním obvodem je rurální hrabství Cumbria. V září se dokonce vyjádřil, že lituje, že konferenci jeho strany sponzorovali Asda a Tesco.

Vláda má uvést v platnost zákon, který by umožnil vyšetřovat údajná porušení kodexu dodavatelů potravin (Grocery Suppliers Code of Practice), který vstoupil v platnost loni poté, co komise pro ekonomickou soutěž (Competition Commission) objevila, že velcí prodejci ohrožují své dodavatele nečekanými výdaji a vystavují je tak velkému riziku.

Gabriela Salvete mění podobu

Česká kosmetická společnost Gabriella Salvete se rozhodla pro změnu. Ta se týká nejen nového designu produktů, ale také komunikace – změnila logo, webové stránky a vytvořila nové stojany do prodejen drogerií. Společnost rovněž představila novou kolekci s názvem Riflessi. Podle slov zástupců společnosti se do komunikace značky promítne italská vášeň, fantazie a hlavně vnitřní krása ženy.

Tiskovou konferenci, která byla počátkem nových PR aktivit firmy, moderovala herečka Tereza Kostková – na fotografii s generálním ředitelem značky Petrem Luskem a Alešem Monteleonem, kreativním ředitelem značky.



Obchodní centrum Haná se začíná plnit nábytkem

V září otevřela společnost Jena nábytek svou novou prodejnu v obchodním centru Haná v Olomouci. Prodejní plocha prodejny dosahuje 2200 m². Celkový prostor nákupního parku s vybavením pro dům a byt je cca 19 tisíc m². Jena nebude jediným nájemcem tohoto zaměření v obchodním centru. „V prosinci letošního roku plánujeme také otevření nové prodejny rakouské společnosti Möbelix na ploše 6000 m²,“ uvedl Martin Crha, manažer parku Haná.

Nový nájemce v budově Balabenka

Nábytek Říha otevře v říjnu svou novou prodejnu v budově Balabenka. V prodejně bude na ploše 353 m² nabízet bytový a kancelářský nábytek. Kancelářská budova Balabenka, kterou spravuje Skanska Properte CR, je umístěna na rozhraní Prahy 8 – Karlín a Prahy 9 – Vysočany, na rohu ulic Sokolovská a Českomoravská. Celková pronajímatelná plocha objektu činí 13 tisíc m², z čehož právě 2500 m² připadá na obchodní plochu. Budova disponuje podzemním parkovištěm s kapacitou 158 parkovacích míst.



Maloobchodní trendy na dalších deset let

Společnost Jones Lang LaSalle dokončila další část studie Retail 2020 s názvem Nová pravidla pro maloobchod: 5 klíčových poznatků z budoucnosti. V této studii identifikuje na základě výzkumů hlavní trendy maloobchodního trhu a snaží se poskytnout také praktická řešení. Příklady některých prognóz, které studie obsahuje, jsou: Do roku 2020 bude více než 50 % transakcí nepotravinářského maloobchodu na vyspělých trzích ovlivněno digitálně. Až 15 % nákupních center by se mohlo na některých trzích stát od roku 2018 neprodejných. Až 30 % prodejní plochy ve vyspělých trzích je ve své současné podobě potenciálně zastaralých.

Bohemia Sekt koupil Palavu

Bohemia Sekt převzal Zemědělskou společnost Palava. Firmě se tak rozšíří vinice z 242 na 400 hektarů. „Potřebujeme dál zvýšit množství produkce kvalitního vína, proto přikupujeme kvalitní vinice v obci Pavlov, Milovice a Dolní Věstonice. Máme trvalý zájem na rozvoji vinohradnictví v této části Mikulovské vinařské podoblasti,“ řekl Josef Vozdecký, předseda představenstva Bohemia Sekt, a dodal, že součástí následné restrukturalizace stávajících vinic bude také významná změna odrůdového zastoupení ve prospěch odrůdy Ryzlink vlašský, dále zde budou odrůdy Rulandské bílé, Tramín červený a Pálava.

Ostravar v PET balení

Pivovar Ostravar, který v polovině srpna ohlásil vstup do segmentu PET balení, začal minulý týden s distribucí své podzimní novinky – světlého výčepního piva Ostravar Original ve dvoulitrových lahvích. Pivo bude k dostání také v tzv. multipacku po šesti lahvích. Výrazný potisk multibalení se společně se speciálním vystavením na prodejních místech mají postarat o to, aby spotřebitelé toto nové balení nepřehlédli. Design etiket i multibalení je prací agentury Unity design.



Poptávka po bio stále stoupá

Trh s bioprodukty patří stále mezi ty rostoucí – byť se nárůst oproti předchozím letům zpomalil. Obrat bioproduktů na německém trhu stoupl v roce 2010 o zhruba 2 % na 5,9 miliardy eur. Také v dalších evropských zemích je zájem stále větší. Existuje ovšem zřetelný rozdíl mezi východní a západní Evropou. Největším evropským trhem s bioprodukty je se svými téměř 6 miliardami Německo, následuje Francie s ročním obratem kolem 3 miliard eur a Velká Británie s obratem zhruba 2 miliardy eur. V Itálii dosahuje trh s bioprodukty roční výše cca 1,5 miliardy eur. Zatím prakticky zanedbatelnou roli oproti tomu hrají bioprodukty v jihoevropských a východoevropských zemích. Přesto tvoří 27 zemí EU celkově trh srovnatelný s největším biotrhem světa: USA. Američané a Evropané zkonsumují shodně ročně bioprodukty v hodnotě kolem 17 mld. eur.

Tamaris nejenom jako značka bot

Pod známou značkou Tamaris, která byla dosud používána pouze pro obuv a kabelky, se budou v budoucnu prodávat i dámské oděvy, šperky a hodinky. Oznámil to šéf společnosti Horst Wortmann. Značka Tamaris patří holdingu Wortmann-Schuh. Wortmann chce investovat ročně osmimístnou sumu do reklamy, aby ze značky Tamaris učinil číslo jedna na evropském trhu s obuví. Silně rostoucí Wortmann-Schuh-Holding (poslední známý nárůst obratu o 15 % na 958 milionů eur) disponuje v současnosti více než 519 prodejními místy, z toho je 164 obchodů Tamaris.

Personálie

- Od září se na místo generální ředitelky společnosti Henkel ČR po mateřské dovolené vrací Jaroslava Haid-Járková. Nahrazuje Rudolfa Stegera, který bude nově zastávat funkci generálního ředitele slovenské pobočky společnosti Henkel a ředitele Centra sdílených služeb Henkel. Jaroslava Haid-Járková působí jako manažerka ve společnosti Henkel již více než 15 let.

- Prezidentem farmaceutické firmy Zentiva bude od října Jérôme Silvestre, který je nyní generálním ředitelem firmy mateřské Sanofi pro Iberský poloostrov. Silvestre přebírá funkci od Roba Koremanse, který byl jmenován vrchním viceprezidentem Sanofi pro globální strategii a vývoj v oblasti generik. Silvestre, který bude z Prahy řídit činnost Zentivy v západní, střední i východní Evropě a také v Turecku a Rusku, nastoupil do Sanofi v roce 1987 a zastával zde řadu funkcí. Mimo jiné působil jako generální ředitel pro Kanadu, vrchní viceprezident pro Asii a Austrálii a viceprezident pro jižní Asii.