

REGAL^{line}

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 35/11, 18. 10. 2011

Aelia ovládne duty free na letišti Ruzyně

Společnost Aelia Czech Republic rozšiřuje obchodní aktivity na pražském letišti Ruzyně. Podle informací serveru Motejlek.com kupuje od podnikatelů Jiřího Šimáněho a Jaromíra Šmejkalů firmu UG Air, která na letišti Ruzyně provozuje deset duty free obchodů. Tuto informaci jako první přinesly internetové portály deníků E15 a MfD. Hodnota transakce nebyla zveřejněna, dá se však očekávat, že se bude pohybovat v řádech stamilionů, případně přes miliardu Kč. Spojení firem už zkoumá antimonopolní úřad. Nákupem UG Air předčí Aelia dalšího ruzyňského provozovatele bezcelních obchodů, kterým je firma Dufty CE. Ta má nyní na pražském letišti osm obchodů z celkových dvaceti. Kromě bezcelních obchodů patří do portfolia UG Air i čtyři „obyčejné“ letištní prodejny, uvádí iDnes.cz.

Aelia Czech Republic má v současné době na letišti dva bezcelní obchody, které v roce 2009 koupila od Českých aerolinií. Kromě dvou prodejen na Ruzyni získala tehdy za celkem 764 milionů i jednu provozovnu na letišti v Karlových Varech a prodej na palubách letadel ČSA.

Česká Aelia je společným podnikem Aelia Group a HDS Retail Czech Republic. Oba subjekty jsou součástí francouzské skupiny Lagardere Services, která patří ke světovým lídrům mezi obchodníky v dopravních terminálech.



ÚOHS zrušil tendr na propagaci regionálních potravin

Ministerstvo zemědělství porušilo zákon o veřejných zakázkách při výběru firmy, která má propagovat regionální potraviny. Úřad pro ochranu hospodářské soutěže (ÚOHS) zhruba dvacetimilionovou zakázku zrušil. Rozhodnutí je pravomocné, ministerstvo se proti němu neodvolalo. Resort vypsal zakázku letos v březnu. Přihlásilo se do ní šest firem. Ministerstvo vybralo nabídku společnosti Vizeum Czech Republic, ta patřila ale k nejdražším. Proti postupu ministerstva se ohradila konkurenční Médea, která skončila druhá v pořadí.

Ministerstvo mezi firmami vybíralo podle dvou kritérií. Jedním z nich byla cena s váhou 30 %, tím hlavním pak „kvalita a šíře předloženého mediálního plánu“ se 70% váhou. Podmínky pro výběr vítěze ale podle ÚOHS nebyly nastaveny dostatečně jasně. Ministerstvo například preferovalo outdoorovou reklamu, kterou Médea nenavrhovala, protože ministerstvo v zadávací dokumentaci neuvedlo, že tento typ reklamy preferuje. „Zadavatel v zadávací dokumentaci žádným způsobem nespecifikoval, jakou mediální formu a typ médií upřednostňuje a na co klade důraz,“ uvedla v rozhodnutí místopředsdkyně ÚOHS Eva Kubišová. Podobně resort nijak nespecifikoval provázanost reklam na akce typu Země živitelka nebo farmářské trhy. „Nemůže jít k tíži uchazeče, že zadavatel při přípravě kampaně konání těchto akcí nezohlednil,“ uvedla Kubišová.

IKEA na hlavním nádraží

IKEA otevřela na hlavním vlakovém nádraží v Praze pro cestující netradiční posezení nazvané Oáza klidu.

Na prostoru 80 m² zařídila IKEA dva „pokoje“ s koberci a sedačkami. Nechybí ani police a TV. IKEA promotion spustila minulý týden a trvat bude do 21. října.



Češi letos na internetu utratí 37 miliard korun

Útraty Čechů v tuzemských internetových obchodech letos vzrostou až na rekordních 37 miliard korun. To je o 4 miliardy korun více, než kolik internetoví prodejci utržili loni. Odhaduje to Asociace pro elektronickou komerci (APEK), podle které tržby internetových obchodů výrazně vzrostou hlavně v předvánočním období. Tempo růstu by letos mělo být nižší než loni, kdy tržby meziročně vzrostly o 6 miliard korun.

(Pokračování na stránce 2)

Regal 10/2011

vyjde 20. října



V čísle mj. najdete:

- Malá velká expanze
- Pozor na laktózu
- Jak uspořít v nákupních centrech

Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Aldi potichu zvyšuje ceny

Německý řetězec Aldi v tichosti zvýšil ceny asi čtvrtiny výrobků. Uvedl to německý časopis Lebensmittel Zeitung. Zvýšení ceny cukru z 65 na 85 centů však nezůstalo bez povšimnutí německých médií. Zákazníci si také připlatí v průměru o 20 centů více za nealkoholické nápoje, těstoviny, toaletní papír nebo papírové kapesníčky. Od letošního května zdražoval řetězec již podruhé. Několikrát od té doby zdražili svůj sortiment i jeho konkurenti. Aldi však o zdražování mlčí. Veřejnosti komunikuje pouze snižování cen, aby si zachoval image levného prodejce.

Unilever posiluje v Rusku

Britsko-nizozemský výrobce spotřebního zboží Unilever se dohodl na koupi 82% podílu v ruské kosmetické společnosti Concern Kalina za 390 milionů eur (9,6 miliardy Kč). Převzetím se Unilever stane jedničkou v produktech pro péči o pleť v Rusku. Dohodu musí schválit antimonopolní úřad a měla by být dokončena ještě v letošním roce. Unilever rovněž zahájí výkup zbývajících akcií firmy.

Kalina je největším domácím výrobcem produktů pro osobní péči v Rusku. Silnou pozici má hlavně v oblasti produktů pro péči o pleť a vlasy. Své výrobky firma prodává v Rusku, na Ukrajině a v Kazachstánu. Tržby společnosti s 1900 zaměstnanci mají letos činit 13 miliard rublů (7,5 miliardy Kč).

PointPark rozšiřuje klientelu

Společnost P3 uzavřela v PointParku Bratislava nájemní smlouvy se dvěma novými klienty, a to se společností Dachser a s firmou IHLE – prodejcem a distributorem pneumatik. Společnost Dachser si v hale DC3 pronajala celkem 1440 m² skladových prostor. „Díky využití naší evropské centrály a regionálních center můžeme řídit a expedovat zboží do celé Evropy. PointPark Bratislava je umístěn právě na křižovatce našich požadovaných logistických aktivit,“ říká Roman Stoličný, výkonný ředitel Dachser pro Slovensko. Společnost IHLE podepsala smlouvu na 6000 m² skladových a 200 m² kancelářských prostor.

(Pokračování ze stránky 1)

Češi již na internetu nekupují pouze elektroniku, ale také běžné vánoční dárky. Letos budou vánočním nákupům dominovat tablety a chytré telefony. Před loňskými Vánocemi Češi na internetu nejčastěji pořizovali zboží v průměru za zhruba 2500 korun. Ani letos se tato částka nebude nějak dramaticky lišit. Z výsledků průzkumu internetového obchodu Kasa.cz vyplývá, že nejvíce lidí, 41 %, nakupuje vánoční dárky s předstihem a průběžně v kamenných obchodech. Třetina Čechů tak činí v internetových obchodech, 15 % pořizuje dárky na poslední chvíli v kamenných prodejnách a desetina na poslední chvíli on-line. Takřka každý pátý zákazník bude letos čekat s nákupem drahých vánočních dárků až na povánoční výprodeje.

HP Tronic Zlín koupil firmu ETA

Stoprocentní podíl ve firmě ETA Hlinsko kupuje od podnikatele Gabriela Eichlera majitel řetězce elektroprodejen Euronics. ETA loni prohloubila ztrátu o 6 milionů na 25 milionů korun.

Investiční skupina Benson Oak podnikatele Gabriela Eichlera prodala stoprocentní podíl ve firmě ETA Hlinsko spolumajiteli řetězce elektroprodejen Euronics, společnosti HP Tronic Zlín. Sdělil to mluvčí HP Tronic Bohuslav Komín. „Koupě společnosti ETA je významným krokem k naplnění naší strategie na trhu drobných domácích spotřebičů. Máme s distribucí této jedinečné značky dlouholeté zkušenosti a její pevné začlenění do našeho portfolia nám umožní lépe řídit vývoj produktů a pružněji reagovat na měnící se potřeby zákazníků,“ uvedl k transakci generální ředitel společnosti HP Tronic Daniel Večeřa. Prodej je podmíněn souhlasem Úřadu na ochranu hospodářské soutěže.

Firma HP Tronic Zlín, založená v roce 1990, je lídrem na českém trhu domácích elektrospotřebičů, spotřební elektroniky, mobilních telefonů a fotoaparátů. Vlastní a provozuje síť 35 maloobchodních prodejen, které jsou součástí evropské sítě Euronics. Majitelé dalších 145 prodejen Euronics v České republice jsou akcionáři společnosti Euronics ČR. V Česku takto firma evropskou značku Euronics zastupuje. V roce 2010 dosáhla společnost HP Tronic tržeb 7,1 miliardy korun.



Družstvo CBA s novou technologií

Obchodní řetězec – Družstvo CBA CZ – přešel po dvou letech zkušeností s elektronickou komunikací v obchodním styku na komplexní outsourcované řešení od společnosti CCV Informační systémy. Pro systém EDI Orion rozhodlo kromě úspory a efektivity i více než 50% zapojení stávajících obchodních partnerů CBA, mezi něž patří například Nestlé Česko, Hamé nebo Kraft Food ČR. „V rámci výběrového řízení dostali důležité slovo naši partneři, protože o plnohodnotnou spolupráci s nimi nám jde především,“ potvrdil Kamil Ryšavý ze společnosti CBA. Společnost CCV Informační systémy pracuje i pro další maloobchodní společnosti. Příkladem může být obchodní družstvo Templo nebo Coop Morava.

Ocenění Česká chuťovka 2011 zná své nositele

Ocenění za nejlepší potravinářské výrobky Česká chuťovka již zná své letošní nositele. V Národním zemědělském muzeu v Praze byly 14. října vyhlášeny výsledky 3. ročníku této soutěže, jejíž vítězové se mohou pyšnit značkou „Dobrý tuzemský potravinářský výrobek“.

Do soutěže, kterou spolupořádá hnutí Slow Food a vydavatelství Atrap a která je pod patronací Sympex Group a pod záštitou skupiny COOP, se letos přihlásilo 80 výrobků. Podmínky byly dvě: výrobek musí pocházet od českého výrobce a zároveň musí obsahovat minimálně 80 % českých surovin. Přihlášené výrobce českých lahůdek posuzovala jedenáctičlenná odborná porota v čele s ředitelkou Výzkumného ústavu potravinářského v Praze Slavomírou Vavreimovou.

Oceněných je opravdu mnoho. Umístění v této soutěži nerozhoduje – vítězové byli vyhlášeni podle abecedy. Jmenujme například pekárnu Beas, masné výrobky společnosti Bivoj, MP Krásno nebo Voma, pivo Ferdinand Sedm kulí, Biopekárnu Zemanka, Vinařství Libal a další. Cenu festivalu Česká chuťovka si odnesla společnost Unmills za pšeničnou mouku Babiččina volba, dětem nejvíce chutnaly kuřecí párky bez „ček“ od Drůbežářského závodu Klatovy, motance Cateringarden, Perníkové potěšení Kontinua nebo Valašské frgály od stejnojmenného pekařství.

Všechny oceněné výrobky budou mít nyní možnost na svých etiketách a obalech či ve své reklamní kampani zdarma používat logo soutěže a prezentovat se za zvýhodněných podmínek na akcích pořádaných společností Sympex (gastronomické festivaly, farmářské trhy, degustační a předváděcí akce, tiskové konference atd.).



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.

Intermarché má zájem o Emperii

Intermarché potvrdil svůj zájem o převzetí Emperia Hodling v Polsku. Mezi dalšími firmami, které se ucházejí o Emperii, jsou Advent International, Penta Investments, Mid Europa Partners (MEP) a Doughty Hanson.

Emperia sice nepotvrdila konkrétní jména, ale uvedla, že zájemci budou vyzváni k předložení nových nabídek do konce října. Francouzská skupina Intermarché se dříve zajímala o řetězce Stokrotka, Groszek a Lewiatan.

Lidl otvírá 11 prodejen v Rumunsku

Diskontní řetězec Lidl otvírá 11 nově vybudovaných prodejen v Rumunsku. Rozšiřuje tak síť na 118 obchodů. Řetězec rebrandoval 107 prodejen, které převzal od řetězce Plus Discount minulý rok a poté začal stavět nové prodejny. Se 2000 zaměstnanci je Lidl v Rumunsku součástí skupiny Lidl & Schwarz, které patří v zemi také prodejny Kaufland. Prodej Lidl v Rumunsku dosáhly loni 346 milionů eur.

Americké fastfoody zažívají krušné časy

Nejohroženější skupinou amerických firem jsou v USA levné fastfoody a řetězce rychlých restaurací (takzvaných dinnerů) pro střední třídu. Vyplývá to z nedávno zveřejněné studie organizace GovernanceMetricsInternational (GMI). Ta vytipovala stovku velkých amerických společností, které se v aktuální nejisté ekonomické situaci potácejí na pokraji bankrotu nebo už požádaly o bankrotovou ochranu. Podle analytiků nastaly tradičním americkým restauracím těžké časy, protože americké nižší a střední třídě klesá životní úroveň a omezují proto návštěvy těchto zařízení. Případem, který ilustruje situaci v odvětví, je nedávný krach ikony amerických restaurací pro střední třídu, společnosti Friendly Ice Cream.

Stý Kaufland v Česku

Od října dosáhl počet prodejen Kaufland v České republice rovné stovky. Jubilejní prodejna je ve Veselí nad Moravou. „Pro všechny zákazníky jsme připravili v této souvislosti řadu výhodných nabídek včetně soutěže,“ uvedl pro Regal Michael Šperl, vedoucí oblasti Mediální marketing/ Distribuce společnosti Kaufland. SMS soutěž, která byla spuštěna 6. října a potrvá do 14. prosince, nabízí jako výhry vestavěné myčky Whirlpool, skútry Kentoya a také osobní automobily Škoda Octavia.

Ewa Farna pro Subway

Fastfoodový řetězec Subway začal spolupracovat se zpěvačkou Ewou Farnou, a to jak na českém, tak na polském trhu. Spolupráce, která začala v říjnu, potrvá do konce roku. Ewa Farna se bude objevovat v životní velikosti na stojanech u většiny restaurací sítě. Kampaň bude zaměřená na podporu sendviče dne, což je speciální denní nabídka se sendvičem za zvýhodněnou cenu. „Tak jak se každý den mění náš sendvič v tomto menu, bude se také měnit podoba Ewy Farne v kampani,“ popsal spolupráci Martin Princ, manažer rozvoje franchisové sítě Subway pro střední a východní Evropu. Subway v prvním pololetí v regionu střední a východní Evropy otevřela 75 nových restaurací. Ve stejném období vzrostly prodeje řetězce o 8 %. V současné době v regionu provozují franchisanti přes 300 restaurací, do konce roku by jich mělo být na 400.

Na Fontáně se začíná pracovat

Připravovaný projekt nákupního centra Fontána v Teplicích se přibližuje realizaci. Nákupní komplex vyrostle přímo v centru města na 20 tisících m². „Naším záměrem je vybudovat nejen obchodní centrum, ve kterém lidé pořídí veškeré každodenní potřeby, ale také reprezentativní místo vyššího standardu, které nabídne zázemí pro pracovní schůzky i setkání s přáteli. Plánujeme vybudovat místo, kam se návštěvníci budou rádi vracet,“ uvedla v tiskové zprávě obchodní ředitelka investorské a developerské společnosti JTH, která projekt realizuje, Helena Plešmidová Antálková. Objekt zahrnuje čtyři obchodní podlaží, páté je určeno pro kancelářské a administrativní prostory. V suterénu bude umístěn supermarket Spar.



Prací prášek Ariel ve 3D

Procter & Gamble představil svou novinku, prací prášek Ariel 3D Actives. Na základě výzkumu 3D technologií vyvinuly laboratoře společnosti prací prášek s novým složením, které pomáhá eliminovat odpuzující efekt mezi vlákna a umožňuje pracímu prášku proniknout do větší hloubky vláken. PR Manager Procter & Gamble Juraj Králik časopisu Regal sdělil, že v místě prodeje mají zákazníci nalákat POS materiály v podobě stoperů v regálech a v hypermarktech budou výrobky vystaveny na speciálních ostrůvcích. Nyní se nový Ariel pohybuje ve stejných cenových relacích jako jeho starší varianty, promoce jsou ale v plánu, stejně jako uvedení gelové varianty.

Pekaři oslavili Světový den chleba konferencí

Na 16. říjen připadá Světový den chleba. Čeští pekaři a cukráři ho oslavili již 13. října v Břevnovském klášteře, a to ve velkém stylu. Podnikatelský svaz pekařů a cukrářů (PSPaC) k tomuto dni uspořádal konferenci, které se zúčastnily nejen špičky v oboru, ale také manželka prezidenta republiky Livie Klausová a nový ministr zemědělství Petr Bendl, který nad akcí převzal záštitu. Hlavním partnerem konference byla společnost Backaldrin.

Místo Břevnovského kláštera bylo zvoleno symbolicky proto, že právě zde kdysi stála první doložená pekárna na českém území. Hlavním cílem konference bylo podle Jaromíra Dřízala, předsedy PSPaC, informovat o stavu výroby, prodeje a spotřeby chleba v ČR a upozornit na hrozby, které na tradiční český chléb číhají například v podobě levných a nekvalitních náhražek i kvůli nedostatku peněz na mzdy pekařů. Podle průzkumu, který PSPaC provedl mezi členskými pekaři, je zhruba 80 % pekáren v ČR ve ztrátě. Češi utrací za český chléb stále méně a jeho spotřeba tak klesá. Na jednoho obyvatele připadá ročně cca 45 kg chleba.



Sainsbury's v cenové válce

Tento týden se britský řetězec Sainsbury's zapojil do cenové války supermarketů se svou akcí „Brand Match“. U 12 tisíc značkových potravinářských výrobků vyrovnal ceny s řetězci Tesco a Asda. Reaguje tak na slevovou kampaň Tesca „Big Price Drop“, kterou Tesco nastartovalo krátce předtím, než oznámilo dramatický pokles svých tržeb. Asda se do boje supermarketů zapojila snížením cen na svých čerpacích stanicích. Mluvčí Tesca ujistil výrobce a dodavatele, že smluvní závazky vůči nim se ani po snižování cen nijak nemění, protože Tesco do vyrovnání snížených cen investovalo 500 milionů liber.

Delhaize otvírá Piccadilly

Společnost Delhaize oznámila svůj plán otevřít v Bulharsku každý rok 15 nových prodejen pod značkou Piccadilly. Delhaize Group letos koupila tento řetězec, stejně jako hypermarkety Tempo, na základě dohody se skupinou Delta Maxi. Ředitel Piccadilly Erikjan Lantink řekl, že řetězec otevře jak supermarkety, tak menší expresní prodejny. Do svého portofia chce podle jeho slov zařadit více lokálních produktů a vlastních značek.

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 je od října Jérôme Silvestre – stávající generální ředitel firmy mateřské Sanofi pro oblast Iberského poloostrova. 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.

- Vladimír Bereš, manažer expanze developerské společnosti Inter IKEA Centre ČR/SR se od září letošního roku stal regionálním manažerem oddělení managementu center společnosti IKEA MOS v Moskvě. Po úspěšném devítiletém působení v Česku a na Slovensku Vladimír Bereš nyní řídí ruská nákupní centra MEGA v lokalitách Adyge, Rostov na Donu, Nižnyj Novgorod a Kazaň.