

REGAL^{line}

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 18/12, 15. 5. 2012

Kampaně řetězců se zvířaty táhnou

Řetězce sází na kampaně se zvířaty. Aktuálně probíhají například v prodejnách Billa nebo Albert. Billa k 10. květnu v rámci své spotřebitelské soutěže „Dobrodružství v Africe“ prodala již více než 140 tisíc alb (kampaň běží od 1. dubna do 25. května). Do nich si zákazníci mohou nalepovat nálepky zvířat, které dostanou ke každému nákupu (1 balíček za každých 200 Kč útraty). K vybraným produktům tyto nálepky Billa také zdarma přidává a organizuje jejich výměny ve svých prodejnách. Hlavní cenou v soutěži, která spočívá ve zodpovězení soutěžních otázek a zaslání pěti obalů od nálepek, je rodinná dovolená v Keni.

Podobnou kampaň, s názvem „Hrátky se zvířátky“ má ve svých prodejnách v současné době také společnost Ahold. Spolupracuje přímo se Zoo Praha. Oba řetězce propagují kampaň nejen ve svých prodejnách, ale také na Facebooku nebo v TV.



Část Centra Černý Most již v provozu

Nové Centrum Černý Most otevře na jaře příštího roku. Přesto je několik prodejen v provozu již nyní. Posílila hlavně nabídka občerstvení. Jde například o pobočku sítě obchodů se sýry Kaas nebo Smaak, rekonstruovanou prodejnu s rostlinnou kosmetikou Yves Rocher nebo kadeřnictví Klier. Začátkem května otevřel také francouzský řetězec pekáren Brioche Dorée a do centra se zároveň vrací i Fruitissimo. V objektu funguje i McDonald's v novém barevném konceptu a designu, který je instalován jako první v České republice a na Slovensku. „Kromě nových obchodů pořádáme neustále různé akce a speciální programy ke zpříjemnění nakupování našim zákazníkům. Momentálně probíhá například Kolo štěstí, ve kterém si mohou návštěvníci vytočit některou ze zajímavých cen, jsme generálním partnerem výstavy „Kuky se vrací na Chvalský zámek aneb Naposledy v Čechách“ a v Zábavním centru vystavujeme nádherné velkoplošné fotografie, které zvítězily v soutěži Koktejl Faktor,“ dodala Zdeňka Jakšic.



Místo Nordsee budou Na Příkopě šperky Pandora

V Praze na rohu ulic Na Příkopě a Haviřská otevře v červnu prodejnu šperků a doplňků dánská firma Pandora. Vystřídá tak dosavadního nájemce Nordsee se sortimentem rybích specialit, který bude dále provozovat svoji restauraci v OC Palladium. Ulice Na Příkopě je v České republice jednou z nejméně navštěvovaných a nejprestižnějších nákupních lokalit, navíc rohové jednotky patří k těm nejlukrativnější. „Přestože se v těchto místech platí nejvyšší nájemné, přední světové značky jsou ochotné za kvalitní prostory zaplatit požadovanou cenu. Vráti se jim to v počtu zákazníků, které pak dobře viditelné výlohy přilákají,“ říká Tomáš Beránek z Cushman & Wakefield, který se na transakci podílel. Pandora má momentálně v ČR vlastní značkové obchody v nákupním centru Chodov a Foru Nová Karolina v Ostravě. Její výrobky však lze zakoupit i ve zlatnictvích v dalších městech.



Mediální partner:

REGAL

Retail in DETAIL FRESH FOOD 2012

Pokračování úspěšné specializované obchodní konference

23. 5. 2012, Hotel Olympik Artemis, Praha

www.retailindetail.cz/freshfood

Regal 4/2012

vyšel 24. 4.

V čísle mj. najdete:

- Budoucnost nákupních parků
- Rozhovor o farmářských trzích
- Trestní odpovědnost obchodních firem



• Produkty na léto a prázdniny

Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

8,5 bilionu eur: nákupní síla v Evropě roste navzdory krizi

Přes aktuální hrozící hospodářskou krizi a celkovou nejistotu panující v zemích Evropské unie vzrostl opět v roce 2011 příjem domácností v Evropě. Evropané spotřebitelé tak měli v roce 2011 k dispozici pro své nákupy celkovou částku kolem 8,5 bilionů eur. Číslo pochází z analýzy společnosti GfK GeoMarketing k situaci v maloobchodu v Evropě, kterou realizovala pro European Shopping Centre Trust (ESCT).

Celkově činil nárůst nákupní síly za všech 27 zemí EU v roce 2011 2,6 %. Z toho ale země eurozóny dosáhly nižšího růstu. Nákupní síla oproti tomu vzrostla nadprůměrně zejména v novějších členských zemích EU. Obdobně tomu bylo u přístupových kandidátů do EU a partnerských zemí.

V roce 2011 dosáhl maloobchod celkem 32 evropských zemí obrátu ve výši 2,96 bilionu eur (EU27 -2,3 bilionů eur), což znamená nárůst o 2,4 %. Země jako Řecko (-14,2 %), Portugalsko (-6,9 %) nebo Španělsko (-2,0 %) bojovaly s ohledem na napjatou hospodářskou situaci s utlumenou kupní silou svého obyvatelstva.

GfK GeoMarketing odhaduje ve sledovaných evropských zemích za rok 2012 nárůst obrátu v maloobchodu celkově o zhruba 1,4 %. Ale zatímco v Řecku počítá s poklesem o 15 %, na největších evropských maloobchodních trzích – Německu a Francii, očekávají výzkumníci nárůsty obrátu kolem 1 až 2 %. Velká Británie má být s nárůstem obrátu o 2,7 % výrazně v plusu.

- Trendy v nákupu a vnímání českých potravin na straně zákazníků
- Co jsou reálné a co jen „mediální“ problémy kvality potravin?
- Co mohou jak výrobci tak obchodníci udělat pro zlepšení kvality nabízených českých potravin na našem trhu?

Nový hydrostatický vozík Jungheinrich

Jungheinrich uvádí na trh nový vysokozdvížený vozík s hydrostatickým pohonem. Díky nejnovější technologii motorů Common-Rail splňuje již nyní mezní hodnoty emisních zplodin stupně III b, které vstoupí v platnost od roku 2013. Zavedením nového typu vozíku VFG 540s-550s se spalovacím motorem je program hydrostatických vozíků Jungheinrich kompletní.

„Velký“ vysokozdvížený vozík s hydrostatickým pohonem může s těžištěm břemene 600 mm přepravovat až 5000 kg a stohovat do výšky 7 m. Je vybaven německým hydrostatickým pohonem Hydrostatic Drive a poháněn je motorem Volkswagen, který se používá v dieselové i plynové variantě. Regulační čerpadla a motory kol dodává Bosch Rexroth. Elektronický řídicí systém vychází z vlastního softwaru Jungheinrich.

„Jungheinrich nabízí v současnosti nejčistší dieselový vysokozdvížený vozík ve své třídě“, říká Marek Scheithauer, vedoucí produktového managementu spalovacích vozíků společnosti Jungheinrich. „Měření ukázala, že použitím hydrostatického pohonu může být dosaženo celkové úspory 2 litrů nafty, resp. 2 kg plynu za hodinu. To šetří náklady, snižuje emise CO₂ a šetří životní prostředí,“ dodává. Ergonomie vozíku zaručuje jízdní komfort a vysoký překládací výkon. Konstrukce vozíku je bezpečná díky jeho nízkému těžišti a velké stabilitě. Asistenční systémy je možné navolit podle potřeby.



Češi mají větší zájem o fair trade

Zájem o produkty fair trade v České republice stále roste. Dle výsledků studie společnosti pro fair trade NaZemi dosáhl maloobchodní obrat s produkty fair trade v České republice v roce 2011 výše 92 milionů korun, což je o 15 % více než v roce 2010. Podle průzkumu spotřebitelského chování, který NaZemi provedla v roce 2010, 19 % Čechů a Čechů někdy slyšelo o Fairtrade a 16 % zná logo Fairtrade. Pro srovnání: například ve Velké Británii zná podle kvalifikovaného odhadu Fairtrade Foundation fair trade 96 % britských zákazníků a prodeje fairtradového zboží zde vzrostly mezi rokem 2010 a 2011 o 12 % (z 1,17 na 1,32 miliardy liber).

Svitidla Osram vystaví nový regálový systém

Společnost Osram navrhla nové regálové systémy pro prezentaci svých výrobků v maloobchodních prodejnách. Představila je na veletrhu light+building 2012 ve Frankfurtu. Volně stojící modulární prodejní regál má umožnit flexibilní uspořádání výrobků. Je možné použít jej pro různé typy svítidel a světelných zdrojů.

„Zákazníci si mohou vybrat z řady nejrůznějších svítidel. Regálový systém jim pomůže snadno a rychle najít nejvhodnější produkt,“ říká Jörg Kessler, obchodní ředitel společnosti Osram pro Západní Evropu.

V horní části regálu najde zákazník vystavené vzorky produktů, uprostřed se o nich dočte vše potřebné a ve spodní části pak bude vyskládané samotné zboží. Do budoucna Osram plánuje do regálů také instalovat dotykové obrazovky, které budou zákazníky informovat o různých typech svítidel.



Soutěž s Jack Daniel's a Harley-Davidson v Albertu

Značky Jack Daniel's a Harley-Davidson se spojily ve spotřebitelské soutěži pro řetězec Ahold. Lidé, kteří si v síti prodejen Ahold koupí během května a června 0,7l láhev Jack Daniel's Tennessee Whiskey, mohou vyhrát motocykl Harley-Davidson nebo jednu ze 77 mikin Harley-Davidson. Musí jen poslat datum a hodinu nákupu z účtenky prostřednictvím SMS nebo webové stránky.

Tesco chce být osobnější

Obchodní řetězec Tesco se ve Velké Británii snaží o osobnější přístup prostřednictvím mobilů. Firma chce efektivněji využít mobilní marketing a nabídnout lepší služby zákazníkům. Společnost si na mobilní marketing najala nového marketéra Marka Codyho, který dříve pracoval pro O2. Ten má za úkol zlepšit úroveň personalizace v komunikaci. Tesco reaguje na klesající zisky a nižší prodeje. Značka plánuje komunikovat více lokálně a zaměřit se na zapojení zákazníků.

Drogerie dm rostou

Lídr na drogistickém trhu, společnost dm, zveřejnila v dubnu své obchodní výsledky za první polovinu obchodního roku: „Od 1. října jsme dosáhli nárůstu obrátu, který je výrazně nad naše očekávání, a to zejména v Německu,“ uvedl ředitel společnosti Erich Harsch. Celkově vzrostl obrát koncernu o 10,5 %, v Německu dokonce o 12,7 % na téměř 2,5 miliardy eur. Pokud se podíváme detailněji na vývoj, je vidět nárůst v Německu v roce 2012 měsíc po měsíci. V tomto obchodním roce plánuje drogistický řetězec otevření ještě dalších 60 poboček. Pozitivní vývoj již ohlásila i dvojka na německém drogistickém trhu Rossmann. Tento vývoj souvisí s insolvencí Schleckeru a uzavřením řady jeho poboček. Bývalí zákazníci Schleckeru tak hledají nová místa pro nákup drogerie.

Hervis Sport se spojil s Go Sport Group

Největší rakouský řetězec se sportovním vybavením Hervis Sport a francouzská společnost Go Sport Group ohlásily vytvoření společného nákupního konsorcia. Spojení má přinést snížení cen zboží díky společným jednáním o nákupech prostřednictvím společnosti STMI (Sports Trade & Marketing International). Spolupráce Hervis Sport a Go Sport Group se bude podle jednatele Hervis Sport a móda Česká republika Ludka Semráda týkat osmi evropských zemí, ve kterých firmy vlastní celkem okolo 500 prodejen. Jednou z nich je i Česká republika. „Jde o země, kde si obě společnosti přímo nekonkurují. Česká republika je jednou z těchto zemí a dobrou zprávou pro všechny naše zákazníky je, že spolupráce s Go Sport Group přinese snížení cen našeho zboží a rozšíření sortimentu světových značek,“ říká Semrád. Vytvořením konsorcia STMI chtějí obě společnosti posílit na evropském trhu.

III. ROČNÍK KONFERENCE

HR MEETING

30. května 2012, OKsystem, Na Pankráci 1690/125, Praha 4

Strategická role HR v plánování pracovní síly

Demografie a práce s talenty
Budování zaměstnavatelské atraktivity
Rozvoj multikulturních inženýrských center
Flexibilita pracovní síly
Generační spolupráce a firemní kultura

Více informací a přihlášky na
www.konference.ihned.cz
nebo na tel.: 233 071 423

Wincor Nixdorf implementuje systém Logio

Společnost Wincor Nixdorf uzavřela partnerství s konzultační a IT společností Logio při implementaci softwaru produktu Planning Wizard, což je nástroj pro efektivní řízení zásob, demand planning a forecasting. V současné době ho využívají například společnosti Kraft Foods, ZKD Sušice, Lekkerland ČR, ETA, Pragojsko a další. Produkt se hodí zejména pro distributory, maloobchodní řetězce, pivovary, masozpracující společnosti a další oblasti činnosti. Umožňuje snižovat nevyřízené objednávky až o 60 %, snížit kapitál vázaný v zásobách, efektivně řídit materiálové toky od vstupu až po výstup či zvýšit přesnost předpovědí. Společnost Wincor Nixdorf se stala globálním partnerem, který může tento produkt implementovat ve všech regionech a ve všech vertikálách. Bude zajišťovat nejen analytické práce a implementace, ale i servisní podporu.

Božkov v nových lahvích

Řada lihovin Božkov od Stocku Plzeň mění design lahví i etiket. Lahve čtrnácti výrobků této řady budou štihlejší a mají padnout lépe do ruky. Láhev navíc zdobí výrazné plastické prvky: erb v horní části a nápis „Božkov“ v patní části. Výrobem lahví je nadnárodní sklářská společnost O-I, design nových lahví i etiket vytvořilo pro Stock Plzeň britské studio Sheerman Blunt. Etikety mají být výraznější díky tomu, že budou natištěny speciální technologií „cold foil“. Změní se také barvy etiket u některých konkrétních výrobků. Cílem inovace balení, která vycházela z výzkumů mezi spotřebiteli, je zviditelnit produkty v regálech obchodů. „Umožní zákazníkům lepší orientaci a jasnou identifikaci produktu, který právě hledají,“ uvedl brand manažer značky Božkov Pavel Neubert. Jako první se na trhu objeví v průběhu května inovované balení Božkova Tuzemského a Božkov Vodka. Postupně se přidají i další značky. Celá obměna bude dokončena v září letošního roku.



Euronics v Kyjově bude více zaměřen na IT

Euronics otevře 17. května novou prodejnu v Kyjově, na prodejní ploše 700 m² v obchodním centru Vendo Park Kyjov. Nový koncept této prodejny bude více zaměřený na IT trendy v oblasti mobilních telefonů a nových technologií. K dispozici bude i nabídka černé techniky i velké bílé techniky. V regionu jsou již prodejny Okay, Emos a místní drobní podnikatelé – opraváři chladniček, praček a TV, kteří kromě oprav také prodávají elektro. Od konkurence v okolí se má Euronics odlišovat přístupem k zákazníkům (prodloužená záruka, vyřizování reklamací v záruce i po záruce a rozvoz objemných věcí do 60 km zdarma). „Připravujeme také speciální víkendové akce a možnost objednat zboží, které nebude aktuálně na prodejně, přes dva kiosky určené k přímému prodeji,“ dodává Marian Hromek, vedoucí nové prodejny Euronics Kyjov.

Inteligentní sklad v logistickém parku Tulipán

Společnost Adler otevřela v ostravském logistickém parku Tulipán moderní sklad textilu o rozloze 5000 m². Je založen na pokročilém vychystávání pomocí dopravníků, výtahových systémů a pick-by-light systému. Podle informací společnosti Adler sklad umožňuje lépe řídit skladové zásoby, prodlužovat objednávací časy ze strany zákazníka a denně expedovat až 800 kusů balíků. Kapacita skladu je 7 milionů položek.

„Jedná se o první případ v České republice, kdy jsou moderní skladovací technologie propojeny do jednoho celku,“ uvedla Renata Gurellová ze společnosti Adler. „Výhodou je také to, že díky použitým inteligentním technologiím nevyžaduje sklad speciálně proškolené zaměstnance. Zaměstnanci se navíc již také nenachodí tolik, jako dříve. Dochází tak k minimalizaci časových ztrát a bezchybnosti obsluhy,“ dodala Gurellová. V současné době pracuje ve skladu 23 stálých a 13 agenturních zaměstnanců, v roce 2013 by se měl počet zdvojnásobit. Dodavatelem informačního systému pro řízení logistických procesů a integrátorem všech využitých technologií ve skladu je společnost Aimtec. Ta využila skladový systém DCIx WMS. Projekt skladu obdržel ocenění za nejlepší případovou studii na loňském ročníku logistického fóra Log-In.



De'Longhi získala licenci na Braun

Italský výrobce domácích spotřebičů De'Longhi z Trevisa převzal na německém trhu licenci na značku Braun v segmentu malých domácích elektrospotřebičů. Dohodl se na tom s vlastníkem značky Braun, společností Procter & Gamble (P&G). Ta ale nadále zůstává vlastníkem značky. Hodnota transakce obnáší částku 190 milionů eur. Část zaměstnanců společnosti P&G přejde v rámci dohody k De'Longhi.

Smlouvu musí ještě odsouhlasit kartelový úřad. Se svými více než 7000 zaměstnanci dosahuje De'Longhi ročního obrátu kolem 1,63 miliardy eur.

Pepsi pokračuje s Jacksonem

Americký výrobce limonád PepsiCo znovu sází na krále popu Michaela Jacksona. Popový idol Pepsi poprvé propagoval v roce 1983. Globální reklamní kampaň zahrnuje televizní spot, limitovanou sérii plechovek s Jacksonem a možnost stáhnout si remixy zpěvákových nejslavnějších písní. Podrobnosti dohody s Jacksonovými pozůstalými PepsiCo neoznámila. Jedná se o jeden z řady kroků, kterými se Pepsi snaží oživit značku.

Alkohol bojuje s propadem

Výrobce alkoholu Pernod Ricard chce ve Velké Británii čelit propadu v prodeji. Chystá celou řadu marketingových aktivit, kterými se chce vrátit ke strategii prémiových produktů. Do portfolia společnosti patří například značky Absolut Vodka a Jacob's Creek. Prodej v prvním kvartálu 2012 výrobci spadl o 4 %. Dlouhodobá strategie Pernod Ricard je přesvědčit zákazníky, že si mají dopřát kvalitnější výrobky prémiových značek a opustit běžné výrobky.

Personálie

Volnou pozici na postu generálního ředitele vinařské skupiny České vinařské závody a Vinium Velké Pavlovice obsadil Libor Výleta. Nový ředitel se narodil 30. listopadu 1971 a pochází z Dubňan u Hodonína. Vystudoval Střední zemědělskou školu Valtice, obor vinohradnictví, a poté absolvoval Vysokou školu zemědělskou v Brně, Fakultu zahradnictví v Lednici. Dlouhá léta pracoval v oboru vinohradnictví a vinařství, od roku 2011 působil na pozici výrobního ředitele firmy Vinium. Libor Výleta má za sebou bohatou praxi v oboru, a tedy všechny předpoklady pro úspěšné vedení obou firem. Jmenování nového generálního ředitele je důležitým krokem k personální stabilizaci společnosti spadajících do koncernu Prosperita holding.