

# REGAL *line*

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 28/12, 11. 9. 2012

## Maloobchodní tržby rostly, ale ne díky potravinám

Maloobchodní tržby bez sezónního očištění v červenci po předchozím čtyřměsíčním poklesu meziročně vzrostly o 0,3 procenta, zatímco v červnu se podle revidovaných údajů snížily o 0,8 procenta. Ve srovnání s předchozím měsícem červencové tržby stagnovaly i přesto, že prodej pohonných hmot a nepotravinářského zboží zaznamenal růst. Růstu tržeb maloobchodu bránil pokles prodeje potravin, uvedl Český statistický úřad.

"Tržby obchodníků v červenci meziročně rostly jen díky vyššímu počtu pracovních dnů, jichž bylo letos oproti stejnému měsíci předchozího roku o jeden více. Z vyššího počtu pracovních dnů těžily zejména autosalony a obchody s nepotravinářským zbožím," sdělil analytik Pavel Kulhavý ze společnosti PwC Audit. Po očištění o tyto kalendářní vlivy se maloobchodní tržby snížily o 1,5 procenta, uvedl ČSÚ.

Podle analytika Pavla Sobiška z UniCredit Bank Czech Republic nejsou červencové statistiky důvodem k velké radosti. "Celková útrata domácností za červenec odpovídá mírně klesajícím trendům minulých měsíců. Nadále platí, že hlavní položkou při snahách o úspory v hospodaření domácností jsou potraviny. Čísla tedy dávají předpoklad, že soukromá spotřeba meziročně klesá i v letošním třetím čtvrtletí, a to tempem srovnatelným s předchozím obdobím," upozornil Sobišek.

Analytik Václav Franče z Raiffeisenbank míní, že na červencovém výsledku maloobchodu se pravděpodobně významnou měrou podílely problémy s registrem aut, jelikož prodeje a opravy motorových vozidel se snížily reálně meziměsíčně o dvě procenta.

Spotřebitelé v červenci utráceli více za pohonné hmoty a nepotravinářské zboží, tržby za potraviny naopak klesly. Nejrychleji rostl prodej přes internet či prostřednictvím zásilkové služby, a to o 13 procent. Lidé také více utráceli za oblečení, obuv, počítače a mobily a více peněz dali také na kulturu a rekreaci či nákup kosmetiky.

## Billa mění slogan

Dlouholetý slogan „Billa – dnes“ se mění na „Billa – přesně podle mého gusta“. Řetězec totiž spouští novou kampaň s italským kuchařem Giuseppe Daddiem. Koncept využije řetězec nejen v České republice, ale ve všech zemích střední a východní Evropy.

„Italskou kuchyni a naše supermarkety spojuje čerstvost a kvalita,“ zdůvodňuje Jaroslav Szczyпка, generální ředitel společnosti Billa v České republice a na Slovensku. Řetězec bude pravidelně publikovat recepty kuchaře Daddia z produktů privátních značek Naše bio, Billa a Clever. V souvislosti s novou kampaň se Billa stala také hlavním partnerem nové kuchařské reality show MasterChef televize Nova. Soutěžící v ní budou vybírat potraviny na vaření ve studiovém supermarketu přesně podle konceptu obchodů Billa. K dispozici budou mít všechny běžně dostupné potraviny, čerstvé ovoce a zeleninu a vařit budou i z produktů privátních značek Clever, Naše bio či z nové vlastní značky Billa. Sponzorský vzkaz řetězce bude pořad provázet na začátku i na konci, stejně jako mezi všemi reklamními bloky.



## OC Olomouc City vydražena za 373 milionů Kč

V Česku se 5. září poprvé dražilo obchodní centrum, Olomouc City. S nabídkou přes 373 milionů korun ho získala investiční společnost Mint Investments. Vývolávací cena byla 215 milionů, soudní znalec však odhadnul hodnotu areálu na 430 milionů korun. Dražbu v pražské aukční síni Sacre Coeur pořádala společnost Naxos. Mint Investments musí celou částku složit do měsíce. „Pro nájemce, kteří dosud v tomto obchodním centru působí, se tím nic nezmění,“ uvedl obchodní ředitel společnosti Naxos Libor Nevšimal. Dále sdělil, že licitace se zúčastnilo šest zájemců, převážně českých investorů. „Dražba trvala půlhodinu a litovalo se velice živě. Celkem bylo 49 příhozů, minimální činil 100 000 korun, ale přihazovalo se i několik milionů,“ řekl Nevšimal. Žádné obchodní centrum se doposud v tuzemsku nedražilo a zároveň to byla historicky největší dobrovolná dražba v zemi. Původní vlastník centra, společnost aAIM Czech republic, totiž nesplácel úvěr, proto banka dala objekt do dražby.



## Regal 9/2012

vyjde 18. 9.



V čísle mj. najdete:

- rozhovor s výkonným ředitelem Unileveru
- hlavní téma o slevových kuponech
- metodiku počítání návěstěvníků prodejen
- vše o přípravách na Vánoce

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

Ukázkové číslo zdarma na

<http://predplatne.ihned.cz/predplatne/zkouska.php?tit=RE>

**economia**  
OBSAH ROZHODUJE

## Slovinský Mercator chce vyšší zisk

Mercator, největší obchodník s potravinami ve Slovinsku, doufá, že se vrátí k zisku během tohoto roku. Hodlá to zařídit tak, že redukuje náklady a prodá něco ze svého majetku. Toni Balazic, CEO Mercatoru, uvedl, že doufá, že Mercator zlepši svou profitabilitu a sníží náklady o 60 až 80 milionů eur za rok, a to v průběhu následujících tří let. Podle něj se tak stane zlepšením logistických procesů a hledáním nových dodavatelů. Mercator uzavřel první polovinu roku se ztrátou 16,55 mil. eur.

## Rumunští obchodníci plánují investice ve výši 200 milionů eur

Obchodníci na rumunském trhu plánují investovat zhruba 200 milionů eur na expanzi svých sítí v zemi, a to do konce tohoto roku. 13 retailerů v Rumunsku včetně francouzské Groupe Auchan a německého Kauflandu, plánuje otevřít 80 nových prodejen. Během letošního roku retailéři otevřeli celkem 117 nových obchodů.

## Schlecker rozprodává impérium

V insolvenčním řízení se nacházející německý drogistický řetězec Schlecker se postupně zbavuje jednotlivých částí podniku. Zatímco pro většinu obchodů Schlecker se zájemci nenašli, lépe dopadly dceřiné společnosti Schlecker XXL a IhrPlatz, umístěné zejména v nákupních centrech. Společnost IhrPlatz provozovala 490 obchodů s asi 3900 zaměstnanci, obchodů Schlecker XXL bylo 342. 109 prodejen Ihr Platz převzala rakouská společnost MTH Retailgroup, provozující síť obchodů Mäc Geiz, dalších 104 drogistických řetězec Rossmann. V následující vlně zakoupily 102 prodejen obou dceřiných společností prodejce diskontního textilu Kik, diskontní prodejce Tedi a obchodní domy Woolworth. Kik provozuje nyní asi 3200 obchodů v 8 zemích, Tedi má v Německu 1281 filiálek a působí celkem

(Pokračování na stránce 2)

## Tesco Clubcard registruje 1,7 milionů zákazníků

Do věrnostního programu Clubcard řetězce Tesco je registrováno více než 1,7 milionů zákazníků. Společnost to uvedla ve své tiskové zprávě.

Na věrnostní kartu se zákazníkovi za každých 10 Kč utracených za nákupy v Tesco načte 1 bod. Po nasbírání minimálně 300 bodů má obdržet v pravidelném vyúčtování poukázku a slevové kupony. Clubcard v těchto dnech slaví dva roky existence v České republice. Za tu dobu dostali držitelé karty podle informací řetězce poukázky a slevy v hodnotě přes půl miliardy korun: v peněžních poukázkách obdrželi 526 milionů korun, dalších několik milionů korun získali ve formě slevových kuponů na konkrétní zboží. Kolik z těchto prostředků zákazníci skutečně využili, řetězec neuvádí. „Během dvouletého fungování programu se jednoznačně potvrdilo, že lidé nejvíce oceňují slevy a výhody šité jim přímo na míru. Naším cílem je tedy poslat každému zákazníkovi kupony vždy jen na to, co nakupuje právě on,“ říká manažer věrnostního programu Clubcard Peter Szabo a dodává: „Slevové kupony využívají lidé nejčastěji na nákup čerstvých potravin, především pak mléčných výrobků, masa, ovoce a zeleniny; oblíbené jsou i kupony na specifické kategorie výrobků, například krmivo pro psy a kočky.“ Slevy mohou zákazníci uplatnit i u partnerů Clubcard, například při odběru elektřiny a plynu E.ON. Průzkumy navíc ukazují, že přes 50 procent zákazníků využívá i druhou a třetí kartu k jednomu účtu, reálně tedy Clubcard může používat kolem 5 milionů lidí. Česká republika byla před dvěma lety jedenáctou zemí, v níž Tesco věrnostní kartu Clubcard zavedlo.



## Ahold k prodejnám připojí centra služeb

Společnost Ahold bude ve spolupráci s realitní a poradenskou společností Labartt Properties provádět remodeling desítek prodejen Albert po celé České republice. V prodejnách mají vzniknout nová centra služeb, jako jsou lékárny, pet shopy, banky, pojišťovny, pošta, čistírny, domácí potřeby, papírnictví, výroba klíčů apod., o jejichž pronájem se bude starat právě Labartt Properties.

Řada hypermarketů Albert je v současnosti přestavována podle konceptu „One“, který byl poprvé představen před rokem ve Svitavách. Přestaveny podle něj již byly také prodejny v Ostravě, Havlíčkově Brodě, Trutnově, Vyškově, Krnově a Opavě. Koncept zahrnuje například tržiště s ovocem a zeleninou, samoobslužné pokladny, připojení na wifi zdarma či kávu a čaj za 5 korun.

„Otevíráme se širokému spektru potřeb a služeb. Naším cílem je, aby lidé v supermarketech a hypermarketech Albert vyřídili maximum každodenních nebo pravidelných úkonů. Máme stovky obchodních jednotek, které poskytujeme k pronájmu partnerům. Nebojíme se tak činit dokonce i na úkor našich vlastních prostor i segmentové konkurence. Takto rozvíjíme spolupráci nejen s nájemci z řad řetězců, ale i s lokálními podnikateli se specifickým sortimentem,“ uvedl Pavel Huml, ředitel pro realty řetězce Ahold.

## Billa upravila 40 prodejen

Společnost Billa dokončila rekonstrukci čtyřiceti prodejen v celé České republice na energeticky úspornější. Díky více než dvaceti opatřením (ekologické materiály, úsporné technologie) mají podle údajů společnosti dosahovat až 20% úspory energií oproti běžným filiálkám. Cílem společnosti je snížit v příštích pěti letech celkovou spotřebu energie o dalších 50%. Všechny nové prodejny budou budovány už jen jako energeticky úsporné, zbývající téměř 160 prodejen v ČR chce společnost rekonstruovat podle nových energetických standardů. Část projektu bude financována z energetických úspor dosažených na jiných supermarketech. V materiálech nahrazuje dřevo kovy a plasty, v odděleních s viny a sušeným ovocem jsou pouze dřevěné regály. Zateplené stěny supermarketů a nové chladicí a mrazicí vitríny na maso a mražené výrobky se speciálními dveřmi ušetří až 15% energie. Další úspory má přinést regulace osvětlení dle intenzity venkovního osvětlení. V listopadu začne Billa testovat novou technologii, tepelné čerpadlo Hi-end Daikin Conveni Pack. To z jednoho zdroje prodejny ochlazuje i vytápí a produkuje chlad i pro chladicí a mrazicí zařízení. V případě, že se osvědčí a budou prokázány předpokládané úspory, plánuje řetězec nasazení těchto čerpadel ve větším měřítku.



(Pokračování ze stránky 1)

v 37 zemích (mj. Rakousko a Slovinsko). Woolworth má v Německu 204 obchodních domů, v dlouhodobém výhledu ohlásil úmysl, více než zdvojnásobil počet svých obchodů. O prodeji zbývajících obchodů jedná dále insolvenční správce Werner Schneider s textilním diskontem NKD a drogistickým řetězcem dm, který již jako jeden z prvních zakoupil 9 vybraných poboček Schleckeru. Větší část obchodů (více než 290) dceřiné společnosti Ihr-Platz se tak již podařilo prodat, otevřený je osud části prodejen Schlecker XXL. Ukončen byl rovněž provoz online obchodů Schlecker v Německu a Rakousku.

## Metro uvažuje o prodeji

Německé Metro uvažuje o prodeji supermarketů Real, které jsou na zahraničních trzích. Real je kromě domácího německého trhu přítomen ještě v Polsku, Rusku, Rumunsku, Turecku a na Ukrajině. Od Metra se již dlouho očekává, že prodá Real a také síť obchodních domů Kaufhof, aby se mohl lépe zaměřit na prodejny cash & carry a na obchody se spotřební elektronikou, které, jak to zatím vypadá, mají lepší dlouhodobou předpověď i kvůli tomu že expandují na nových trzích. Podle analytiků je možným kupcem Auchan, ale společnost se k této spekulaci odmítla vyjádřit.

## Karstadt zavede 50 nových značek

Německý Karstadt hledá další způsoby, jak zastavit klesající zájem o své obchodní domy. Oznámil proto zavedení více než 50 nových značek do prodeje, část z nich bude nabízet exkluzivně. Cílem je, aby se obchodní domy Karstadt staly „nákupním cílem pro zákazníky s moderním životním stylem,“ uvedl CEO společnosti Andrew Jennings. Mezi nové značky, jejichž zboží bude nyní prodávat, patří například French Connection, Phase 8, Lipsy, Ellen Tracy, Mart Visser, Vince Camuto, Pink Tartan, Wallis, Evans (vše exkluzivně), a dále Ted Baker, Kurt Geiger, New Look, Reiss, Aldo, Gestuz, Darling, Le Tanneur, CK & CK Jeans, Tiger of Sweden, Sandro, Maje a Lauren by Ralph Lauren. Prodej nových značek začne v září jejich postupným zaváděním do vybraných poboček. V oblasti kosmetiky zavedl Karstadt v letošním roce šest nových značek: Bare Minerals, Laura Mercier, Ciaté, Royal Shaving a exkluzivně Vince Camuto a Oscar de la Renta. Nové jsou také 2 vlastní privátní značky: "Karstadt 1881 - The Art of Beauty" a "She". Koncern chce navíc rozšířit nabídku služeb, například kosmetického ošetření.



## BEST EMPLOYERS ČR 2012

Vyhlášení žebříčku nejlepších zaměstnavatelů podle hodnocení zaměstnanců!  
18. září 2012 od 14h v hotelu Yasmin v Praze

Best Information

- motivovanost zaměstnanců ve světě a v ČR, nejsilnější trendy a zajímavosti.

Best Practice

- co ne/motivuje zaměstnance a jak si s tím poradili ti nejlepší?

Best Employers

- vyhlášení TOP zaměstnavatelů v ČR v roce 2012.

Napište si o pozvánku na [bestemployersczechrepublic@aonhewitt.com!](mailto:bestemployersczechrepublic@aonhewitt.com)  
Více info na [www.bestemployers.cz](http://www.bestemployers.cz).

**AON** Hewitt



## Branaldi vystavuje na Fachpacku

Společnost Branaldi, český výrobce POP/POS displejů a obalů z lepenky, se představí ve dnech 25. - 27. září 2012 na největším evropském veletrhu obalů a logistiky Fachpack v německém Norimberku. „Naše účast na tomto veletrhu potvrzuje naši pozici mezi evropskými lidry v oboru, čemuž bude odpovídat i styl naší prezentace,“ říká Radim Chmela, managing director Branaldi. Na rohovém, ze dvou stran otevřeném stánku o velikosti 56 m<sup>2</sup>, představí Branaldi návštěvníkům nejen stávající výrobní program, ale zejména trendy v obalech a displejích pro následující roky. „Připravujeme několik překvapivých novinek, které naplno využijí možnosti našich nedávných investic do technologií a výrobních prostor. Tyto investice v posledních třech letech dosáhly částky 12 milionů EUR a nyní je správný čas ukázat návštěvníkům veletrhu z celé Evropy jejich přínos pro prezentaci zákazníků v místě prodeje,“ dodává Chmela.

Proto bude celý stánek postaven z kartonů. „Chceme návštěvníkům přiblížit všechny možnosti, které jejich prezentaci tento ekologický materiál přináší. Tedy ukázat, že je vhodný pro komplexní kampaně v místě prodeje, od obalu až po stojany na produkty,“ přibližuje koncepci stánku Radim Chmela. Stánek společnosti Branaldi bude otevřen návštěvníkům v hale 7A (číslo stánku 7A-230) a zástupci společnosti budou připraveni vysvětlit návštěvníkům výhody prezentace prostřednictvím obalu, stejně jako poradit s ideální formou prezentace na základě potřeb konkrétního návštěvníka. Obaly tvoří v současné době jednu z nejdůležitějších forem prezentace v místě prodeje, tedy právě tam, kde se zákazník rozhoduje o koupi konkrétního produktu. Spolu s kvalitním prezentačním displejem dokáže zvýraznit produkt mezi konkurenčními výrobky.

## Henkel v září a říjnu podporuje kosmetiku

Henkel ČR v září a říjnu podporuje prodej svých kosmetických značek. Za nákup výrobků značek Palette, Natural & Easy, Perfect Mousse, Gliss Kur, Schauma, Taft, got2b, Fa a Vademecum mohou zákazníci získat poukázky na nákup zboží ve vybraných obchodech s módním oblečením, sportovním vybavením, elektronikou či vouchery na služby kadernického salonu nebo masážního studia v hodnotě 200 Kč. Získají je, když v období od 10. září do 31. října 2012 zašlou kopii účtenky. Kampaň „Týdny krásy“ bude podpořena prostřednictvím ATL i BTL aktivit, počítá se s podporou v letácích a na internetu. Přímou na prodejních budovách budou zajištěny POS materiály, které se objeví i v místech prodeje partnerů akce.



## Globus vydává v prodejnách kreditky GE Money Bank

Maloobchodní řetězec Globus vydává s GE Money bank cobrandovanou kreditní kartu Money-Card Plus, a to přímo na prodejní ploše. Zákazník si kartu může zařídít během nákupu: obdrží ji do 30 minut a rovnou s ní může zaplatit. Žádosti o kreditní kartu jsou schvalovány on-line pomocí tabletu, není proto nutné chodit na pobočku. Bankovní specialisté tuto službu nabízejí v oddělení elektra nebo v pasáži hypermarketu. Kreditní karta automaticky zařazuje jejího držitele do věrnostního programu banky. Při nákupu získají zpět až 10 % z částky a 1 % z každé transakce. "Zákazníkům Globusu tuto odměnu v prvních čtyřech měsících navyšujeme ještě o 4 %, respektive až o 250 korun měsíčně,“ doplňuje Pavel Mencl, senior business development manager GE Money Bank. Během prvního měsíce, co služba funguje, si takto sjednalo kreditní kartu 1650 zákazníků. „GE Money Bank jsme si vybrali jako poskytovatele finančních služeb pro naše zákazníky na základě vzájemné dlouhodobé spolupráce a zkušeností v úvěrových produktech. Významnou roli hrálo samozřejmě také rychlé vyřízení kreditní karty na počkání přímo v prostorách našich hypermarketů a věrnostní program, který činí nakupování pro naše klienty ještě výhodnější,“ doplňuje Libor Tomáš, ředitel marketingu Globus ČR.

## BMW chystá prodej vozů online

Prémiová značka vozů BMW začne prodávat novou sérii i také přes internet. Dosud běžel online prodej těchto vozů pouze výhradně prostřednictvím prodejců. Díky internetu chce nyní automobilka oslovit nové skupiny spotřebitelů. Kromě toho při prodeji online padají náklady, spojené s prodejem, ve srovnání s prodejem přes klasické autosalony na polovinu. Přímým prodejem přes internet přejímá BMW kontrolu nejenom nad prodejním kanálem, ale také nad kupci. Pilotní projekty již byly odstartovány na testovacích trzích v Rakousku, Švédsku a na Novém Zélandu. Elektromobil i3 má přijít na trh na konci roku 2013, s cenou kolem 40 000 eur, následovat budou další varianty.

## Změna vlastníka značky Miracoli

Společnosti Kraft Foods prodala značku těstovin a hotových jídel Miracoli společnosti Mars. Předání produkce je naplánováno na podzim, koncern zároveň slíbil, že se pokusí učinit vše, aby byla zachována pracovní místa v továrnách, kde se produkty Miracoli dosud vyráběly.

## Personálie

Na nově vytvořenou pozici generálního ředitele společnosti Trumf International, výrobce koření a kořenících směsí, od září nastoupil Vilém Skulina. Ve společnosti dříve působil na různých manažerských pozicích od roku 2002, od roku 2010 je členem strategického vedení Trumf International.

„Mým cílem je strategii, na jejíž tvorbě jsem se podílel, i nadále přivádět v život a maximalizovat její pozitivní dopad na naši společnost. Neustálé zlepšování servisu a služeb našim zákazníkům, dlouhodobě stabilní úroveň kvality našich výrobků a pružná reakce na požadavky klientů jsou hlavní oblasti, které chceme i nadále rozvíjet,“ říká Vilém Skulina.

Vilém Skulina vystudoval Vysokou školu chemicko-technologickou v Praze se zaměřením na silikáty a potraviny. Hovoří anglicky a rusky, k jeho koníčkům patří IT a sporty jako tenis, spinning či bowling.

## Mobilní platby 2012

11. ŘÍJNA 2012  
CENTRUM SOUČASNÉHO UMĚNÍ DOX



PARTNERI:

UNICORN

Systems



cardmag

Bankovníctví

REGAL

sbk

WINCOR NIXDORF

IDENTIFIKUJTE A VYUŽIJTE OBCHODNÍ PŘÍLEŽITOSTI,  
KTERÉ NABÍZEJÍ MOBILNÍ TECHNOLOGIE!

ODBOBNÝ PROGRAM - ETHNOCATERING - VERNISÁŽ -  
UKÁZKA NEJNOVĚJŠÍCH TECHNOLOGIÍ

Elektronická příloha časopisu Regal. Vychází jednou týdně. Registrován pod ISSN 1801-4976. Kontakt: Regal, Economia, a.s., Dobrovského 25, 170 55 Praha 7; Radana Čechová, šéfredaktorka, tel.: 233 073 152, [radana.cechova@economia.cz](mailto:radana.cechova@economia.cz); Klára Číkarová, odpovědná redaktorka, tel.: 233 071 637, [klara.cikarova@economia.cz](mailto:klara.cikarova@economia.cz); Magda Etzlerová, inzertní manažerka časopisu, tel.: 233 073 170, fax: 233 072 730, [magda.etzlerova@economia.cz](mailto: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) jakéhokoliv materiálu nebo části materiálu zveřejněného v tomto PDF servisu. Společnost Economia, a.s., využívá agenturní zpravodajství ČTK, která si vyhražuje veškerá práva. Publikování nebo šíření obsahu ze zdrojů ČTK je výslovně zakázáno bez předchozího písemného souhlasu ze strany ČTK.