

# REGAL *line*

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 7/12, 21. 2. 2012

## ČR má čtvrtou nejhustší síť hypermarketů v Evropě

Česká republika má čtvrtou nejhustší síť hypermarketů v Evropě. Na milion obyvatel Česka totiž připadá už 26 hypermarketů. Nejvyšší je tento ukazatel ve Švédsku, kde je na milion lidí 28 hypermarketů. Naopak v Polsku jich je osm a v Turecku či Nizozemsku pouze tři. Vyplývá to z analýzy společnosti The Nielsen Company.

„V České republice je vysoká penetrace hypermarketů. Existuje ale určitý prostor pro otevírání dalších supermarketů nebo diskontů,“ komentoval údaje Lubomír Mechura z Nielsen Czech Republic. Na milion obyvatel Česka totiž připadá jen deset velkých supermarketů a 116 menších supermarketů, což je méně než v řadě evropských zemí. Například v Rakousku na milion lidí připadá 35 velkých a 396 malých supermarketů a v Německu jich je 57 a 256. Síť hypermarketů pokryla už většinu území České republiky a v jejích spádové oblasti podle údajů společnosti Incoma GfK žije takřka 90 % české populace. Expanze hypermarketů proto v posledních letech zpomalila a obchodní řetězce tyto velkoplošné prodejny stavějí ve stále menších městech.

Počet supermarketů, hypermarketů a diskontních prodejen se předloni podle údajů Incoma GfK v Česku zvýšil z 1339 v roce 2009 na 1386. Počet supermarketů v roce 2010 vzrostl o 24 na 500, síť hypermarketů se rozrostla o 10 prodejen a na konci roku 2010 v Česku fungovalo 268 hypermarketů. Počet diskontních prodejen se předloni zvýšil o 13 na 618. Loňské statistiky zatím nebyly zveřejněny.

Supermarkety na konci loňského roku jako hlavní nákupní místo potravin podle údajů Incoma GfK uvedlo 18 % českých domácností, zatímco o rok dříve se tento ukazatel snížil na 15 % ze 17 % v roce 2009. Obliba hypermarketů se loni zvýšila na 44 % ze 43 % v závěru roku 2010. Preference diskontních prodejen loni na tuzemském trhu klesly na 21 % z 25 % v roce 2010. Předloni přitom vzrostly o jeden procentní bod.

„Celkově české domácnosti stále nejraději nakupují potraviny ve velkých hypermarketech, výrazný nárůst ovšem v loňském roce zaznamenaly i o něco menší supermarkety. Lidé do nich mají blíže, a mohou tak pružněji reagovat na speciální cenové nabídky nebo nakupovat jen to zboží, které právě potřebují,“ uvedl Pavel Cabal ze společnosti Incoma GfK.

## V Albertu našli sýry s přelepěným datem spotřeby

Při kontrole v prodejně společnosti Ahold Czech Republic na ulici Tuklatské v Praze 10 našli inspektoři Státní zemědělské a potravinářské inspekce (SZPI) balené sýry s opakovaně přelepěnými daty použitelnosti. Šlo tedy o způsob prodeje potravin, který uváděl spotřebitele v omyl. Zjištění se týkalo dvou výrobků s názvem „Eidam salám uz. 40 %“, na nichž navíc byla i viditelná plíseň. SZPI okamžitě zakázala jejich další uvádění do oběhu. „I když se zde jednalo pouze o dva kusy závadných potravin, SZPI bere takové případy velmi vážně. Klamání spotřebitelů tímto způsobem je nejen zásadním porušením platných právních předpisů, ale může i snížit důvěru v podnikatelskou etiku v potravinářství mezi zákazníky,“ řekl ústřední ředitel SZPI Jakub Šebesta. Oba sýry byly umístěny v samoobslužném chladicím pultu v úseku lahůdek.

Na etiketách nalepených na obalu byla uvedena tato data: baleno: 3. 2. 2012 a spotřebujte do: 9. 2. 2012. Při kontrole se však ukázalo, že pod etiketami byly další etikety s jinými daty výroby a použitelnosti, na jednom ze sýrů došlo k přelepění dokonce dvakrát. První ze vzorků tak byl postupně označen datem použitelnosti do 21. 1. 2012, 29. 1. 2012 a nakonec do 9. 2. 2012, druhý z nich měl být podle původního označení spotřebován do 3. 2. 2012. Výraz „Spotřebujte do“ uvádí datum použitelnosti (DP) potravin. Po tomto datu není povoleno uvádět takto označené zboží do oběhu, a tedy ani prodávat spotřebitelům. S kontrolou osobou bude zahájeno správné řízení o udělení pokuty.



Regal 2/2012  
vyšel 15. 2.



V čísle mj. najdete:

- Retail Summit 2012
- Tipy pro ekologický obchod
- Odměňování zaměstnanců
- Snídaňové trendy

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

**economia**  
OBSAH ROZHODUJE

## PepsiCo bude propouštět

Americká společnost PepsiCo, která patří mezi největší světové výrobce limonád, vytvořila ve čtvrtém čtvrtletí čistý zisk 1,42 mld. dolarů (asi 26,5 mld. Kč). Meziročně je to nárůst o 3,6 %. Firma však sdělila, že chce investovat až 600 mil. dolarů do posílení svých značek a předpokládá, že propustí až 8700 lidí. To jsou asi 3 % pracovní síly.

Zisk na akci ve čtvrtletí dosáhl 89 centů z předchozích 85 centů. Bez vlivu jednorázových položek činil 1,15 USD. Tržby se zvýšily o 11 % na 20,2 mld. dolarů. Investice, které PepsiCo plánuje, se budou pohybovat v rozmezí 500 až 600 mil. dolarů. Půjdou převážně do reklamy a marketingu v Severní Americe, kde podnik stále zaostává za svým úhlavním rivalem, americkou společností The Coca-Cola Company. Firma chce do roku 2014 ušetřit na nákladech až 1,5 mld. dolarů.

Letošní rok má být pro PepsiCo rokem změn a management očekává, že firmě až o 5 % klesne zisk. Od příštího roku chce ale PepsiCo dosahovat růstu zisku až do 10 % ročně.

## Dachser má nový sklad v Šanghaji

Mezinárodní logistický provider Dachser rozšířil své aktivity v oblasti kontraktní logistiky v Číně. V Šanghaji uvedl do provozu nový sklad o velikosti 10 tisíc m<sup>2</sup>. Díky stoupající poptávce po službách v oblasti kontraktní logistiky dosáhl stávající sklad, který Dachser provozoval od července 2007, hranice svých kapacit. Rozhodl se proto přesunout do nových prostor.

Nový areál se nachází poblíž centra Šanghaje na rychlostní komunikaci G2 na trase Peking – Šanghaj a zároveň na šanghajském městském okruhu G 1501. Díky tomu je spádová oblast Šanghaje s 23 miliony obyvatel jednoduše a rychle dostupná, a další města s více než milionem obyvatel, jako jsou Suzhou nebo Wuxi, se nacházejí jen jednu nebo dvě hodiny jízdy od nového areálu. Nový sklad nabízí 10 tisíc m<sup>2</sup> skladových prostor a 16 tisíc paletových míst. „Čína je a nadále bude jedním z nejdůležitějších míst při rozši-

(Pokračování na stránce 2)

## První prodejna obuvi Aldo otevře v OC Chodov

Kanadská značka obuvi Aldo otevře v Česku 3. března svou první prodejnu. Bude v pražském Centru Chodov. Společnost Flaircom, spoluvlastněná a vedená Michalem Janským, získala franšizovou licenci na tuto původem kanadskou značku v polovině roku 2011 pro teritorium České republiky i Slovenska. Aldo má 1500 prodejen v 65 zemích světa. Společnost založil Aldo Bensadoun v roce 1972 v Montrealu. Otevření prvního obchodu Aldo bude bedlivě sledovat centrála v Montrealu, jelikož prodejní koncept a způsob vizuální prezentace zboží jsou celosvětově jednotné a dodržování stanovených „instore“ standardů patří k základním podmínkám franšizové smlouvy.

„Další prodejny plánujeme otevřít v druhé polovině tohoto a počátkem příštího roku v rámci klíčových nákupních center Prahy, Brna a Bratislavy. Cílem je vytvoření exkluzivní sítě přibližně deseti Aldo prodejen, které by měly na trhu zaujmout pevnou pozici v segmentu módní a zároveň cenově dostupné obuvi a doplňků zejména pro městského zákazníka,“ uvádí Michal Janský. Prozatím bude kampaň na uvedení značky v limitovaném rozsahu. Inzerce v módních magazínech bude podpořena outdoorovou kampaní v okolí OC Chodov a PR komunikací. Kampaň pro jarní kolekci Aldo vytvořil fotograf Terry Richardson.



## Billa stahuje fíky s roztoči

Společnost Billa stahuje z prodeje sušené fíky Lion brand původem z Turecka. Kontrolori našli v produktu roztoče, informovala Státní zemědělská a potravinářská inspekce (SZPI) na svých internetových stránkách. „Výrobek šarže P0090-202 s minimální trvanlivostí do 31. prosince 2012 obsahuje roztoče. Zákazníci mohou produkt vrátit v kterékoli prodejně,“ stojí na stránkách společnosti Billa. Billa stáhla sušené fíky z prodeje v pátek 3. února, je však možné, že je někteří zákazníci mají ještě doma. Roztoče našli inspektoři SZPI v sušeném ovoci už dříve. Obchodníci kvůli nim museli stáhnout z prodeje například některé druhy sušených meruněk.

## Becherova designová sklenička

Becherovka přinese na trh další skleničku navrženou mladými českými designéry. O Velikonocích doplní speciální balení litrové Becherovky Original. Sklenička byla vyrobena v limitované sérii ve sklárně Detesk v Železném Brodě podle návrhu Veroniky Černé. První skleničku Becherovky, která byla v prodeji loni také v zahraničí, vytvořil Marcel Mochal. Obě likérky vybrali svým hlasováním spotřebitelé ve sklářské soutěži Becherovka a sklo, kterou společnost Jan Becher – Karlovarská Becherovka pořádá od roku 2009 ve spolupráci s Uměleckoprůmyslovým muzeem v Praze. Třetí kolo soutěže startuje 15. března. Do 15. června se o přízeň spotřebitelů budou ucházet čtyři další návrhy mladých českých designérů: Luby Bakičové, Petra Mikoška, Ondřeje Strnadela a Martina Žampacha.



## Duty-free obchody na Ruzyni jsou nejdražší v Evropě

Obchody na pražském letišti vyšly jako nejdražší ve srovnávacím testu německého autoklubu ADAC, který porovnával ceny v bezcelních prodejnách na 11 předních evropských letištích. Nejlevněji lze podle něj nakoupit na londýnském Heathrow. ADAC v testu zjišťoval, za kolik zákazník na každém z letišť pořídí nákup složený z 12 produktů, zejména parfumerie, kosmetiky, alkoholu, sladkostí a tabáku. Zatímco v Praze nákup vyšel celkem v přepočtu na 565 eur (zhruba 14 200 Kč), totéž zboží v britské metropoli kontrolory stálo 436 eur (přibližně 10 950 Kč). Největší cenové rozdíly ADAC odhalil u kosmetiky, alkoholu a cigaret. V prvních dvou kategoriích má Praha podle autoklubu nejdražší duty free shopy, tabák tam naopak vyjde nejlevněji.

Na ruzyňském letišti zaplatí pasažéři podle ADAC za litr značkového koňaku téměř 67 eur, zatímco v Londýně jim na stejnou láhev stačí jen 37 eur. Podobně velký rozdíl byl i u cen kosmetiky. Na pražském terminálu stál krém přes 100 eur, v nedalekém Mnichově vyšel tentýž na 74 eur. Naopak na kartonu deseti balíčků cigaret jedné značky zákazníci na Ruzyni ušetří téměř 25 eur oproti Paříži, kde za něj zaplatí 58 eur.

ADAC test prováděl spolu s nizozemským autoklubem ANWB od srpna do listopadu loňského roku. Ceny porovnávaly také na letištích ve Frankfurtu nad Mohanem, Düsseldorfu, Římě, Barceloně, Amsterdamu, Bruselu a Vídni.



## Časopis Regal je na Facebooku!

Můžete s námi denně mluvit, sdílet příspěvky a prohlížet fotky přes Facebook Regal. Těšíme se na vaše přízeň a zajímavé postřehy.

(Pokračování ze stránky 1)

řování naší mezinárodní sítě,“ říká Jan Polter, obchodní a marketingový ředitel Dachser Czech Republic.

Nový sklad je spravován pomocí IT aplikace pro skladový management Míakdo, jež Dachser vyvinul pro vlastní potřeby. Potřebnou bezpečnost zajišťují v areálu vstupní kontroly, kamerový systém a nepřetržitá bezpečnostní služba. Zastřešené hydraulické nakládací rampy umožňují jednoduchou a bezpečnou manipulaci se zbožím. Dachser působí v Číně už více než 30 let a v současné době zaměstnává v regionu Velká Čína přes 650 zaměstnanců na 15 místech.

## Zisk Diageo klesl

Zisk nápojové společnosti Diageo se v první polovině fiskálního roku snížil o 20 % na 953 mil. liber (28,4 mld. Kč). Pokles způsobila jednorázová daň, která převážila nad silným výkonem na rozvíjejících se trzích. Firma, která je největším světovým výrobcem lihovin, to uvedla v dnešním prohlášení.

Zisk před zdaněním za šest měsíců do konce prosince naopak stoupl o 15 % na 1,86 mld. liber. Příjmy se zvýšily o 10 % na 7,83 mld. liber. Do sortimentu firmy Diageo patří například whisky Johnnie Walker, vodka Smirnoff, pivo Guinness, rum Captain Morgan, likér Baileys či gin Gordon's.

Objem prodeje v Latinské Americe stoupl o 14 % a v Africe o 7 %. V oblasti Asie a Tichomoří se zvýšil o 5 %. Generální ředitel Paul Walsh dodal, že rozvíjející se trhy v Africe, Latinské Americe a Evropě se nyní podílejí na hospodaření firmy téměř 40 %.

Společnost zaúčtovala mimořádnou jednorázovou ztrátu 524 mil. liber kvůli daňovým jednáním, v rámci nichž jí mají být zrušena v příštích letech práva na některé daňové odpočty. Na jednáních však rovněž firma dostala příslibeno, že její skutečná daňová sazba by měla činit 18 %. V první polovině předchozího fiskálního roku činila 21,8 %, napsala agentura apod.



## Obchody Tchibo i mimo nákupní centra

Tchibo otevřelo 10. února v České ulici v Brně první obchod mimo obchodní centrum. Rozloha nového obchodu Tchibo v Brně je 124 m<sup>2</sup> a kromě prodejní části nabízí 16 míst k sezení u kávového baru. Společnost vlastní síť více než tři desítek obchodů, které pod obchodním konceptem „3v1“ spojují kávové občerstvení, prodej zrnkové či mleté pražené kávy a týdně nových tematických kolekcí spotřebního zboží Tchibo. Koncept „3v1“ prodejen Tchibo byl na konci ledna odměněn jednou z letošních cen Top Retailer.

Až doposud měla společnost obchody výhradně ve frekventovaných nákupních centrech čtrnácti velkých i menších měst v ČR a na Slovensku. Brno odstartovalo novou etapu v rozvoji sítě vlastních obchodů firmy, pro své obchody hodlá hledat i další lokality: „Až doposud to byly lokality, kam jezdí pravidelně velké množství zákazníků za každodenními nákupy potravin i nepotravinářského zboží, tedy nákupní centra. Brno je první město, kde otevíráme obchod na pěší zóně v samém srdci města, protože podle našich průzkumů víme, že náš koncept je již dostatečně známý, a že tedy můžeme oslovit i skupinu zákazníků v jiných než čistě nákupních situacích, například při procházce městem nebo cestou do práce či z práce,“ říká Jan Suchánek, ředitel obchodů společnosti Tchibo Praha.



## Salmonela v kuřatech

Kuřata prodávaná na tuzemském trhu často obsahují nežádoucí bakterie včetně salmonel, z nichž některé mohou být i zdraví nebezpečné. Zjistil to spotřebitelský časopis dTest, který nechal v laboratoři zkontrolovat 17 kuřat, kuřecích čtvrtků a steh. Jeden drůbeží výrobek překročil povolené limity pro vybrané druhy salmonel, které nastavila Evropská unie. Státní veterinární správa (SVS) následně informovala, že případ prověří. „Za závažné zjištění testu je považován zejména nález Salmonelly enteritidis ve Zlatém kuřeti z Vodňan, které nevyhovělo unijnímu nařízení. Salmonelu bakteriologické vyšetření odhalilo i v kuřeti Raciola Jehlička. Jednalo se o druh Salmonella ohio, na který se ale unijní nařízení nevztahuje,“ stojí v tiskové zprávě časopisu dTest. Ve všech kuřatech byly přítomny bakterie Staphylococcus aureus a Escherichia coli. V patnácti vzorcích pak odborníci odhalili termotolerantní kampylobaktery a v osmi byla prokázána Listeria monocytogenes.

„Jakkoli se v případě Zlatého kuřete jedná o závažný nález, je třeba vědět, že po náležitě kuchyňské úpravě nezpůsobí konzumace drůbežního masa onemocnění. Námi zjištěné hodnoty ostatních bakterií korespondují s obvyklými nálezy u kuřat, která jsou určena k tepelnému opracování,“ uvedla šéfredaktorka časopisu dTest Ida Rozová.

## Prodeje Plzeňského Prazdroje rostou

Na domácím trhu se situace po dvou náročných letech začala stabilizovat na úroveň předešlého roku a odbyt 6,9 milionů hl piva znamenal mírný 0,1% nárůst. Vývoz se zvýšil o 6% na 890 tis. hl piva, což je nejvíce v celé historii. Licenční výroba piva zaznamenala 2% nárůst na 2,14 milionů hl. Prodeje ležáků se vloni zvýšily o 4 %.

„Po předešlých letech poznamenaných obtížnými ekonomickými podmínkami se trh začíná mírně stabilizovat. V loňském roce se dařilo zejména prémiovým značkám a speciálům. Další vývoj na trhu s pivem by mohla významně ovlivnit nejistá ekonomická situace v Evropě a s ní související reakce spotřebitelů,“ říká Doug Brodman, generální ředitel Plzeňského Prazdroje.

Prodeje se stabilizovaly na úrovni předešlého roku: loni se zvýšily o 4 % díky rostoucí křivce prodeje prémiových piv a podle slov Staroprámeny zejména díky loajalitě pivařů k prémiovému plzeňskému ležáku. Jeho prodeje byly stabilní i v předcházejících letech, kdy pivovarský trh klesal, a vloni nárůstem předčili trend celého trhu. Daří se také sladovému nápoji Frisco, který vloni dostal novou brusinkovou variantu.

Podíl sudového a tankového piva se podle údajů společnosti na prodejích podílí více než 45 %. V loňském roce narostl vývoz zejména u zemí s větším odbytem, jako je Slovensko, Kanada či Maďarsko. Poptávka po pivních značkách Plzeňského Prazdroje se podle informací společnosti zvýšila na 890 tisíc hl, což znamená nový historický rekord.



## Ztrátový Avon hledá ředitele

Kosmetická společnost Avon Products se ve 4. čtvrtletí propadla do ztráty. Přispěly k tomu nižší tržby, růst nákladů o odpisy v klenotnické divizi, kterou Avon koupil v roce 2010. Ztráta společnosti činila 400 tisíc dolarů (7,6 mil. Kč) oproti zisku 229,5 mil. dolarů ve stejném období předchozího roku. Vyplývá to z prohlášení společnosti. Avon ve čtvrtletí zaúčtoval odpis 263 mil. dolarů spojený s divizí Silpada Desings, výrobcem stříbrných šperků. Důvodem byl růst cen stříbra, který se dotkl marží a příjmů divize. Bez tohoto odpisu a nákladů na restrukturalizaci firma vykázala zisk na akcii 39 centů. Analytici dotazovaní agenturou FactSet však očekávali zisk až 51 centů na akcii. Příjmy se snížily o 4 % na 3,04 mld. dolarů. Objem prodeje klesl o 2 %. Příjmy firmě klesly ve všech geografických regionech vyjma Latinské Ameriky, kde se i přes problémy v Brazílii příjmy zvýšily o 2 %.

Avon v prosinci oznámil, že hledá nového generálního ředitele, který by firmu vrátil zpět k růstu. Současná generální ředitelka Andrea Jungová zůstane ve funkci do doby, než firma najde nástupce, poté si ponechá jen funkci předsedkyně správní rady. Jungová je ve funkci od roku 1999.

Za celý loňský rok zisk Avonu klesl o 15 % na 513,6 mil. dolarů. Příjmy podle údajů agentury AP stouply o 4 % na 11,29 mld. dolarů.

## Zisk Danone klesl kvůli zdražení surovin

Francouzské potravinářské skupině Danone klesl loni čistý zisk o 11 % na 1,67 mld. eur (42 mld. Kč). Za pokles mohl růst cen surovin. Tržby se naopak zvýšily, hlavně díky Asii. Společnost to uvedla ve svém prohlášení. Tržby loni vzrostly o 13,6 % na 19,3 mld. eur. Bez zahrnutí vlivu změn směnných kurzů a nových akvizic stouply o 7,5 %. V Asii se tržby zvýšily o pětinu a na celkových tržbách skupiny se Asie podílela 15 %. Dvouciferný procentní růst firma zaznamenala i v Latinské Americe, Africe a na Blízkém východě. Danone se snaží pronikat na nové trhy.

## Personálie

Country sales manager značky Levi's v ČR a na Slovensku Miroslav Kubricht) bude nově řídit obchod také v Maďarsku a Albánii. Spadá tak pod něj již 10 zemí regionu střední a východní Evropy. Dosud řídil obchod značky v ČR, SR a v šesti zemích bývalé Jugoslávie. Miroslav Kubricht ve společnosti Levi Strauss & Co. ČR pracuje přes tři roky. Předtím působil ve společnosti zastupující v Česku značku Columbia a Chicco. Několik let také vlastnil síť obchodů s brazilskou obuví.