

Pomazánkové máslo změní jméno asi v polovině roku

Pomazánkové máslo by mohlo změnit svůj název asi v polovině letošního roku, vyplývá z odpovědi ministerstva zemědělství na dotaz ČTK. Podle dostupných informací by se výrobek mohl jmenovat například české pomazánkové nebo tradiční pomazánkové. Přejmenování tradičního výrobku v polovině října Česku nařídil Soudní dvůr EU.

Podle soudního dvora se český produkt nemůže označovat jako pomazánkové máslo, protože neobsahuje dostatečné množství mléčného tuku. Není tak v souladu s unijními předpisy. Soud uvedl, že Česko musí vyhovět rozsudku v co nejkratší době, blíže termín nekonkretizoval. Pokud tak neučiní, může ho komise znovu zažalovat. Tentokrát však může navrhnout, aby soud rozhodl o uvalení peněžitých sankcí.

Novelu vyhlášky pro mléko a mléčné výrobky reagující na verdikt soudu nyní připomínkuje ministerstvo zemědělství. „Konečné stanovisko ministerstva zemědělství k novému názvu



bude představeno po schválení a ukončení vnitřního připomínkového řízení,“ řekl ČTK mluvčí ministerstva Jan Žáček. „Vzhledem k povinnosti notifikace příslušné vyhlášky Evropské komisi lze předpokládat nabytí účinnosti asi v polovině roku 2013,“ dodal.

Čeští mlékaři boj o zachování původního názvu výrobku přesto zatím nevzdali. „My ještě stále bojujeme, ale to je spíše jenom zbožné přání,“ uvedl předseda Českomoravského svazu mlékárenského Jiří Kopáček. Podle něj Česko po zveřejnění verdiktu soudu znovu podalo do Bruselu žádost o zařazení pomazánkového másla na seznam zaručených tradičních specialit EU.

Podle ředitele Chocenské mlékárny Pavla Marka, kterému se jako ostatním mlékařům požadavek EU nelíbí, by nový název měl každopádně i nadále obsahovat slovo „pomazánkové“. To figurovalo ve většině předkládaných návrhů, z nichž některé se objevovaly častěji než ostatní. „Předpokládám, že jeden z těch termínů české pomazánkové nebo tradiční pomazánkové by to mohl být,“ řekl ČTK. Přejmenování by pro mlékaře každopádně znamenalo náklady navíc, které by si vyžádala změna obalů. Mlékaři se každopádně shodují na tom, že by v potravinářské legislativě měly zůstat pro výrobek stejné parametry i po jeho případném přejmenování.

U lucemburského tribunálu Česko v roce 2010 zažalovala Evropská komise, která v EU dohlíží na dodržování pravidel. Podle nich výrazem „máslo“ lze označovat jen ty produkty, u nichž mléčný tuk tvoří nejméně 80 procent. Problém je v tom, že české předpisy jsou mnohem tolerantnější, neboť umožňují toto označení používat u výrobků obsahujících nejméně 31 procent mléčného tuku.

Češi se už dříve pokusili pro pomazánkové máslo vyjednat výjimku, kterou však komise zamítla. Praha neuspěla ani se žádostí o to, aby pomazánkové máslo dostalo označení zaručená tradiční specialita. To je udělováno k propagaci tradičních výrobků se specifickým charakterem a chuťovými a technologickými vlastnostmi.

Jídlo přes internet nakupuje pravidelně 23 tisíc Čechů

Potravinu na internetu pravidelně nakupuje 23 tisíc Čechů. Vyplývá to z údajů společnosti Tesco, která v ČR jako jediný z velkých řetězců tuto službu provozuje. Informace zveřejnila ČTK. Letos by e-shop s potravinami měl spustit řetězec Interspar, podobné plány mají Albert a Billa. Tesco plánuje letos rozšířit službu do Brna a Hradce Králové.

Služba je nyní dostupná více než dvěma milionům lidí z Prahy a Středočeského kraje. Zákazníci přes internet nejvíce nakupují mléčné výrobky, nealkoholické nápoje, čisticí a prací prostředky, prostředky pro péči o děti a ovoce a zeleninu. Vůbec nejoblíbenější prodejní položkou je banán. Na 68 procent stálých zákazníků jsou rodiny s dětmi do 12 let, které nejraději nakupují přes internet v pondělí a v pátek mezi desátou a dvanáctou hodinou dopoledne.

(Pokračování na stránce 2)



Regal 1/2013 vychází 15. ledna

V čísle mj. najdete:

- Do čeho chtějí obchodníci letos nejvíce investovat a jak bude vypadat další vývoj trhu
- Rozhovor s Miroslavem Němcem z Electro Worldu
- Nová tvář prodeje Lukoil
- Jak se připravit v obchodě na Velikonoce

Předplatné si objednejte na
www.eregal.cz

IKEA jedná o podmínkách vstupu na indický trh

IKEA jedná s indickou vládou o vstupu na tamější trh. Švédský prodejce nábytku, ale také potravin chce v Indii podle britského deníku The Guardian investovat 1,25 miliardy liber. V příštích deseti letech chce otevřít v zemi deset prodejen, a v plánu má ještě 15 dalších. IKEA však od indické vlády zatím nedostala povolení pro prodej potravin.

Koncept prodeje, který IKEA prosazuje v ostatních zemích, to znamená, že zákazník si zboží vybere a ze skladu naloží sám, bude v Indii úplnou novinkou. Není proto jasné, zda se v zemi setká s úspěchem. Zákazníci jsou zde zvyklí, že se jim na prodejní ploše dostává pozornosti hned několika prodávaců. Indie povolila vstup zahraničních řetězců na svůj trh až loni.

Edeka prodala akcie dánskému Netto Stavenhagen

Německý maloobchodní řetězec Edeka prodal 25% podíl svých akcií dánskému diskontnímu řetězci Netto Stavenhagen. Ten vlastní i zbytek akcií řetězce. Od 1. ledna je tedy úplným vlastníkem Edeky. „V naší nové strategii hodláme cílit především na nezávislé maloobchodníky,“ vyjádřil se ředitel Edeky Markus Mosa k důvodu prodeje podílu. Supermarkety Netto Stavenhagen patří největší dánské spo-

(Pokračování na stránce 2)

(Pokračování ze stránky 1)

Hodnota nákupního košíku je zhruba pětinasobně vyšší než u nákupu v kamenném obchodě. Průměrný počet položek nákupu se pohybuje okolo 80 a zákazníci spíše vybírají čerstvé potraviny. Na konci loňského roku bylo do služby Potraviny on-line zaregistrováno 53 tisíc zákazníků a službu aktivně využívalo přes 23 tisíc lidí. Jejich počet bude dál stoupat s tím, jak podobnou službu spustí další řetězce. „Spuštění e-shopu je jednou z hlavních priorit společnosti Spar pro příští rok,“ uvedl mediální zástupce Intersparu Aleš Langr. Na internetu by měla být zákazníkům k dispozici celá šíře sortimentu, tedy přes 40 tisíc produktů. Ceny mají být stejné jako v prodejnách.

Konopnyshop.cz otevřel v Českých Budějovicích

Od pátku 11. ledna mohou lidé v Českých Budějovicích navštívit „konopnou“ lékárnu. Konopnyshop.cz otevřel na Náměstí Jiřího z Poděbrad konopnou apatyku. Tým odborníků bude nejen konopné prostředky nabízet k prodeji, ale má za úkol také vzdělávat a informovat o konopí a jeho zdravotních účincích. V první konopné lékárně v Českých Budějovicích se bude prodávat široké spektrum konopných produktů určených k prevenci i těch, které jsou doporučovány k potlačení příznaků široké řady nemocí.

Další z konopných lékáren vznikla podle slov Jiřího Stabla z Konopnyshop.cz díky zahájení provozu první konopné lékárny na frekventovaném a strategickém místě v OC Letňany v Praze. „Otevření první konopné apatyky se dostalo do povědomí a vyvolalo další zájem o otevření v jiných lokalitách v Česku. Tímto krokem se dle mého názoru i České Budějovice zapíší do povědomí a podpoří rovněž zájem sousedů z Německa. Na tamním trhu zdravotnické prostředky z konopí dosud chybějí,“ míní Jiří Stabla.

Prohřešky u 40 procent kontrolovaných prodejen

Při výprodejích v závěru loňského roku porušilo předpisy 40 procent kontrolovaných prodejen. Zjistila to Česká obchodní inspekce (ČOI), která provedla v prosinci celkem 296 kontrol. ČOI o tom informovala v tiskové zprávě. Nejvíce pochybení obchodníků zjistila inspekce v Jihočeském kraji a na Vysočině v 73 procentech případů, nejméně v Praze s 23 procenty.

„Ne vždy jsou slevy skutečné a zdaleka ne vždy jsou spotřebitelé o ceně správně informováni. Proto kontroly výprodejů pokračují i v lednu, kdy je cílem většiny obchodníků před novou sezonou vyprázdnit sklady pro nové zboží,“ uvedl Marek Pickar pověřený vedením ČOI.

Nejčastějším prohřeškem prodejců bylo porušení povinnosti v oblasti poctivosti prodeje výrobků a poskytování služeb, celkem těchto případů zjistila inspekce 68. Prodejci také často mylně informovali o cenách. Užití nekalých obchodních praktik prokázali inspektoři ve 23 případech.

ČOI v rámci kontrolní akce zakázala prodej 106 kusů výrobků, které nesplňovaly požadavky pro uvedení na trh. Hodnota zakázaného zboží činila 19 654 Kč. Výši uložených pokut inspekce zatím nevyčíslila.

Čtvrtá prodejna Sklizeno

Sklizeno se poprvé v tomto roce rozroste o další prodejnu. Nová prodejna otevře na Dejvické ulici v polovině března a v nabídce bude mít opět lokální potraviny. Oproti ostatním prodejnám bude navíc nabízet rychlé občerstvení v podobě sendvičů a kávy. Sklizeno také chystá na jaro rozšíření o druhou vlastní prodejnu a nový typ prodejen, kde budou zákazníci moci nakupovat kvalitní potraviny i ze zahraničí. Dejvická prodejna je po nuselské druhou pražskou a celkově čtvrtou prodejnu franšizového konceptu Sklizeno. „Od ostatních prodejen se bude ta dejvická přece jen trochu lišit. Zákazníci v ní nenajdou zeleninu, která má v oblasti jiné zavedené prodejce. Na její místo jsme v prodejně umístili pult s čerstvými, na místě dělanými sendviči a výběrovou kávu od české pražírny doubleshot. Všechno balené tak, abyste si to mohli vzít s sebou,“ popisuje rozdíly David Kukla, zakladatel sítě Sklizeno.



Obchodníci hlásí z povánočních výprodejů vyšší tržby

Obchodníci si povánoční výprodeje většinou pochvalují, lidé slyší na slevy. Řetězce letos oproti minulým letům začaly slevové akce hned po skončení vánočních svátků. Tržby jsou podle obchodníků meziročně asi o desetinu vyšší. Vyšší zájem než loni o výprodeje registrují prodejny s elektronikou Euronics. „V meziročním srovnání jsou aktuálně stále probíhající výprodeje o deset procent silnější. Obrovský zájem jsme zaznamenali i na e-shopu, kde už 27. prosince mnohonásobně vzrostla návštěvnost až na rekordních 50 tisíc návštěvníků,“ uvedl mluvčí společnosti Bohuslav

(Pokračování na stránce 3)

(Pokračování ze stránky 1)

lečnosti, logistické a energetické skupině A.P. Møller-Maersk. Mají okolo 350 prodejen, ve kterých pracuje celkem 4000 zaměstnanců. Většina z nich sídlí na severu Německa. Ačkoliv mají podobné jméno, nemají nic společného s německým diskontním řetězcem Netto Marken-Discount.

Britský maloobchod poroste díky zvyšování cen

Podle předpovědi společnosti Verdict a SAS UK by měl v roce 2013 britský maloobchodní sektor narůst zhruba o 1,8 %, na 300,7 miliardy liber, což by mělo být nejvíce od začátku období ekonomické krize. Nárůst tato predikce přičítá především zvyšování cen.

Potraviny, které tvoří 45% podíl z celkové hodnoty výdajů britského maloobchodu, by měly být nejvíce rostoucím sektorem (až 3,1 %). Příčinou by měla být inflace – tzn. že britští spotřebitelé zaplatí více za stejné množství zboží. Do zvýšení cen se promítne také zvýšení výdajů za logistiku.

„Ukazuje se, že úloha retailerů se proměňuje v souvislosti s poptávkou po dopravě zboží až domů nebo službách typu ‚vyber na e-shopu, vyzvedni v prodejně‘. Zákazníci očekávají od maloobchodníků, že jim v tomto ohledu budou vycházet vstříc, což pro ně ve výsledku znamená změnu strategie i větší investice do dodavatelského řetězce,“ komentuje maloobchodní konzultantka SAS UK & Ireland Ruth Jackson.

Na zhodnocení trendů v nákupním chování již podle ní nebudou stačit stávající analytické nástroje vycházející z předešlého chování spotřebitelů. Nové prostředí podle ní vyžaduje umět předvídat budoucí trendy a podnikat cílené kroky.

Rumunský Profi zvýšil tržby

Rumunský řetězec Profi otevřel na konci minulého roku dvě nové prodejny a uvedl loni do provozu 45 nových poboček. Celkem jich má nyní 149. Společnost uvedla, že její tržby v roce 2012 činily 214,5 milionu eur, což je o 29 % více než v předchozím roce. Za růstem stojí především 26 z nových prodejen.

V Bulharsku 63. prodejna Lidl

Německý řetězec Lidl otevřel dvanáctou prodejnu v bulharském hlavním městě Sofii. V Bulharsku je to 63. prodejna řetězce. Lidl má celkem 9000 prodejen ve 25 zemích Evropy.

Klíčem k úspěchu na ruském trhu bude logistika

Díky relativně stabilní politické situaci a příznivým cenám ropy a zemního plynu se obrát ruského maloobchodního trhu mezi roky 2011 až 2012 téměř zpět násobil. Nyní dosahuje až 600 miliard dolarů ročně. Předpovědi

(Pokračování na stránce 3)

(Pokračování ze stránky 2)

Komín. Výprodejové tržby vzrostly meziročně i řetězci Electro World. „Tradičně největší zájem je o televize, notebooky, fotoaparáty, herní konzole, mobilní telefony a drobné domácí spotřebiče,“ uvedl ředitel řetězce Ján Gažovský. Společnost kromě doprodání skladových zásob objednala i další zboží určené do výprodeje.

V prodejnách IKEA zákazníci během výprodejů nejrychleji skupili doplňky určené ke stolování a dekorace. Vysoký zájem je o nábytek do ložnice, kuchyně a vybavení dětských pokojů. Objemově se prodává více nábytku než bytových doplňků. „Ve srovnání s loňským rokem se pohybujeme v nárůstu tržeb v řádu procent,“ uvedl mluvčí společnosti Petr Chadraba. Vyššího obrátu dosáhly během výprodejů i prodejny s obuví Deichmann. Zájem je tam hlavně o celousňové modely obuvi.

Obchody s oděvy C&A Moda zaznamenaly v lednu vyšší návštěvnost než loni, lidé kupují hlavně levnější zboží. „Největší zájem je o dámské pleteniny a pánské kalhoty, prodávají se velmi dobře jak slepy, tak zboží z nové kolekce. Slevy v nejnižších cenových hladinách se vyprodaly během několika dnů,“ uvedla Monika Žilková z marketingového oddělení společnosti.

Internetový obchod Mall.cz zaznamenal v lednu o 15 procent větší zájem lidí o výprodeje než během slev 2011/2012. Oproti Vánocům vzrostla průměrná hodnota objednávky. „To souvisí se skutečností, že zákazníci ve výprodejích nakupují dražší položky, u kterých se vyplatí si počkat, jaké ceny obchodníci nabídnou ve výprodejích. Takže především bílé zboží a černá elektronika,“ uvedla mluvčí Michala Gregorová. Velký zájem je podle ní také o zimní sportovní vybavení, hlavně o oblečení na lyže, o lyže i brusle.

Ode dneška konec restrikcí

Slovensko ruší ode dneška – 15. ledna – omezení prodeje českých lihovin. Platilo od 9. října. Podle hlavního slovenského hygienika Ivana Rovného pominul důvod ochrany zdraví občanů SR před účinky metylalkoholu a intoxikace se smrtelnými důsledky. Obchod s českými lihovinami se tak na Slovensku vrací do stavu před vypuknutím metanolové krize, řekl ČTK prezident Unie výrobců a dovozců lihovin ČR (UVDL) Petr Pavlík. Informace přinesl Úřad veřejného zdravotnictví SROV. Slovensko 18. září kvůli metanolové aféře v Česku zakázalo dovoz a prodej českých lihovin. Následně 9. října prodej částečně uvolnilo s podmínkami zelených nálepek s datem výroby a protokolem laboratoře a povinností dokladovat vyrobené lihoviny rodným listem.

„Vítáme vstřícný krok slovenské státní správy, kterým se situace na trhu vrací k normálnímu stavu. Odpadá zátěž, která distributorům lihovin a obchodníkům svazovala ruce a pro všechny, včetně státních orgánů, představovala nesmyslnou administrativu,“ uvedl Pavlík.

České lihoviny se budou na Slovensku prodávat bez omezujících podmínek, které byly zavedeny loni na podzim po vypuknutí metanolové aféry. Odpadá tedy například povinnost označovat láhve alkoholu vyrobeného mezi 1. lednem až 27. zářím 2012 zelenými nálepkami s číslem šarže, datem výroby a identifikačním číslem protokolu akreditované laboratoře. Ruší se také povinnost dokladovat vyrobené české lihoviny takzvaným rodným listem.

České líkérky ani unie neuvěděly, o kolik peněz restrikcí prodeje českých lihovin na Slovensku přišly. Podle informací ČTK by mohlo jít až o stovky milionů korun. Například plzeňský Stock, největší líkérka v zemi, prodává ročně na Slovensku kolem tří milionů litrů lihovin a Slovensko je pro Stock jednoznačně exportní trh číslo jedna.

Obrat skupiny COOP loni vzrostl

Spotřebním družstvům skupiny COOP, do které patří zhruba 3000 družstevních prodejen zejména v menších městech a na venkově, loni stouply tržby o 1,3 procenta na přibližně 26,3 miliardy korun. ČTK to řekl předseda Svazu českých a moravských spotřebních družstev Zdeněk Juračka.

„Jsme jedním z mála řetězců, kterým tržby vzrostly s tím, že výsledek považujeme za úspěch systému, i když nebylo dosaženo nárůstu v poměru k inflaci, která byla loni 3,3 procenta,“ uvedl Juračka. Největší vliv na výši obrátu loni podle něj měl nárůst DPH a obavy zákazníků z budoucnosti, které vedly k ještě většímu šetření. „Osvědčila se také naše snaha rozšiřovat na prodejnách COOP služby s přidanou hodnotou, což je například možnost plateb kreditní kartou. Umožňujeme dobíjení telefonů, na mnoha prodejnách placení složenek a postupně v rámci dohody s Českou poštou i poštovní služby tam, kde jsme nahradili tyto služby za část zavřených poštovních úřadů,“ dodal Juračka. Za celý loňský rok tržby obchodníků klesly podle odhadů analytiků o jedno procento.

(Pokračování ze stránky 2)

naznačují, že další rychlý růst se dá ještě očekávat.

Ruský maloobchodní trh je rozdělen mezi mnoho hráčů. Neplatí však, že by ti nejsilnější měli největší podíl, jak je tomu v západní Evropě. Deset největších potravinářských řetězců v Rusku ovládá méně než 20 % trhu, ten největší – X5 – má podíl pouze 5,6 %. Pro srovnání: v západní Evropě kontrolují největší hráči až čtvrtinu trhu – například Tesco ve Velké Británii až 30 % nebo Edeka v Německu 26 %.

Ruské řetězce nyní hledají příležitosti, jak si z pomyslného koláče ukousnout více. Rozhodujícím faktorem pro získání většího podílu na trhu bude expanze, která úzce souvisí s posílením logistické struktury.

Proti těmto snahám však působí mnoho faktorů – jako je například nepřilíh rozvinutá síť silnic a dálnic a nedostatek skladových prostor. Podle Colliers International je v celém Rusku k dispozici zhruba 24,7 milionu metrů čtverečních průmyslových ploch, zatímco pro srovnání pouze v americkém Chicagu jich je zhruba 1,6 miliardy metrů čtverečních.

Největší ruské řetězce proto nyní modernizují své logistické sítě. Nejvíce v této oblasti inovuje řetězec Magnit, který v zisku téměř dohání lídra na trhu X5.

Personálie

• Novým generálním jednatelem společnosti Benzina byl jmenován Artur Śladowski. Ve funkci vystřídal Wojciecha Kotlarka, který tuto pozici zastával od září 2011. Informoval o tom Mikuláš Duda, mluvčí holdingu Unipetrol, který Benzinu vlastní. Śladowski přichází do Benziny ze společnosti AB Ventus – Nafta, kde poslední tři roky působil jako generální ředitel. AB Ventus – Nafta vede v Litvě síť čerpacích stanic polské společnosti PKN Orlen, která vlastní rovněž Unipetrol.

• Peter Chrenko se od ledna 2013 ujímá vedení Daňových a právních služeb společnosti PwC v České republice. Funkci převezme od Paula Stewarta, který se stává řídícím partnerem pro lidské zdroje PwC v regionu střední a východní Evropy. Peter Chrenko se ve své nové roli soustředí na rozvoj daňových a právních služeb PwC na českém trhu, zejména v oblasti řízení daňových rizik, daňové efektivnosti a efektivního nastavení firemních daňových systémů.

• Na pozici manažerky korporátní komunikace a tiskové mluvčí společnosti Henkel ČR se po mateřské dovolené s platností od 1. ledna 2013 vrátila Lidija Erlebachová. Zodpovědná je za řízení externí i interní komunikace v České republice, přípravu a realizaci komunikační strategie. V roli tiskové mluvčí nahrazuje Moniku Kofroňovou, která ji zastupovala po dobu jednoho roku. Erlebachová pracuje ve společnosti Henkel ČR již deset let.