

line REGAL

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 10/06, 14. 3.

Expanze velkých nákupních center nezpomaluje

Loňský rok znamenal z hlediska expanze velkoplošných nákupních center a hypermarketů nový vrchol. Jak ukázal aktuální výzkum Shopping Center & Hypermarket 2006, realizovaný na přelomu roku společnostmi Incoma Research a GfK Praha, vyrostlo v ČR v roce 2005 celkem 6 nových velkoplošných nákupních center a 31 hypermarketů, což je více než kdykoliv v historii.

Všechna nově vzniklá velká nákupní centra (Centrum Chodov, Galerie Butovice, OKC Eden, Vaňkovka Brno, Varyáda Karlovy Vary, Olomouc City) lze zařadit mezi 20 největších nákupních center v ČR, Centrum Chodov se stalo s více než 200 nájemci dokonce vůbec největším nákupním centrem u nás co do počtu jednotek.

V rámci šetření bylo podrobně zmapováno 206 nákupních center obsahujících 4197 prodejen, 467 gastronomických jednotek, 53 zábavních zařízení a 337 provozoven služeb. Nejvyšší dynamikou se vyznačuje segment módy (1111 prodejen odívání a 406 prodejen obuvi a koženého zboží).

Zřetelný je posun moderních nákupních komplexů do větší blízkosti městských center – ze šesti nově otevřených shopping center potvrzují toto pravidlo celkem čtyři. Dalším patrným trendem je zvětšování průměrné velikosti center. V současné době operuje na českém trhu již 10 nákupních center s více než 100 nájemci a dalších více než 30 shopping center s 50 a více nájemci.

Rozvoj počtu hypermarketů v České republice



Výzkum potvrdil, že u největších nákupních komplexů je stále nejsilnějším magnetem hypermarket. Význam nákupních galerií nicméně roste – již 36 % nakupujících tvrdí, že při návštěvě centra tráví v nákupní pasáži více času než v hypermarketu. Nejvíce nových hypermarketů otevřel loni řetězec Kaufland, stále dravější expanzi lze sledovat u řetězce Tesco, který posiluje své pozice především v menších městech. V ČR působilo k 1. lednu 2006 již 192 hypermarketů, nejvíce v Moravskoslezském kraji (30), dále v Ústeckém a Středočeském kraji (20). Některá města jsou z hlediska hypermarketů již velmi silně saturovaná (např. Opava, Karlovy Vary, Hradec Králové), na druhé straně stále však existují lokality se slušnými expanzními možnostmi.

Pro letošní rok předpokládá Incoma otevření minimálně 20 hypermarketů, trh se rozroste také o nová nákupní centra, a to jak v Praze, tak i v menších městech. Ještě v průběhu roku 2006 tak ČR překročí hladinu 1 mil. m² hypermarketových prodejních ploch a dalšího 1 mil. m² čistých ploch maloobchodu v nákupních pasážích, stovky tisíc metrů navíc zabírají v centrech ostatní typy jednotek. V roce 2007 by podle všech předpokladů mělo přibýt ještě více nákupních center než letos.

Další ze série odborných konferencí **RETAIL IN DETAIL** podporujících úspěšné podnikání na maloobchodním trhu, tentokrát na atraktivní téma **EFFICIENT PROMOTIONS**, připravuje poradenská firma **INCOMA Consult**. Tato odborná událost se uskuteční **22. 3. 2006** v konferenčních prostorách **andel's hotelu Praha**. Podrobné informace včetně on-line přihlášky a možnosti propagace jsou k dispozici na www.retail21.cz/retailindetail/efficient_promotions.

V 3. ČÍSLE MĚSÍČNÍKU REGAL MIMO JINÉ NAJDETE:

- Letáky a promotion efektivně
- Makro odřízne menší zákazníci
- Co máte vědět o čerstvém zboží
- Morrison: V retailu buďte kreativní!

3. číslo vychází 22. 3.
Objednávky předplatného na
www.eregal.cz **nebo na**
předplatne@economia.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

DHL Innovation Initiative

Z iniciativy skupiny Deutsche Post World Net (vlastníka logistické společnosti DHL) uzavřely společnosti IBM, Intel, Philips a SAP strategické partnerství nazvané DHL Innovation Initiative. Cílem partnerství těchto globálních společností je zefektivnění dodavatelských řetězců.

Důraz chtějí klást zejména na využití automatizace procesů při přesunu informací a zboží, zvýšení viditelnosti procesů a účinnější spolupráci mezi obchodními partnery.

K dosažení tohoto cíle společnosti spojí své znalosti v oblasti logistiky, moderních technologií a informatiky, které budou navzájem sdílet.

Je bezhotovostní společnost nevyhnutelná?

Podle nového výzkumu společnosti MasterCard Europe se polovina dotázaných majitelů debetních karet (52 %) domnívá, že do 10 let se v Evropě už nebude platit hotovými penězi.

Téměř devět lidí z deseti (86 %) souhlasí s tím, že roste počet obchodů a služeb, kde se přijímají debetní karty, a obdobných 90 % věří tomu, že se tyto karty budou v budoucnosti používat na ještě více místech. I když se 85 % dotázaných domnívá, že používání debetní karty je stejně pohodlné a snadné jako platit penězi, 48 % stále dává přednost platbám v hotovosti.

Nominace Henkel Art.Award

Soutěž Henkel Art.Award., kterou pořádá společnost Henkel Central Eastern Europe, se stala jednou z akcí nominovaných na cenu časopisu PR Report za rok 2006. Tento německý odborný časopis se zaměřením na odvětví firemní komunikace uděluje každoročně cenu nejlepším počínům v této oblasti public relations.

Výtvarná soutěž Henkel Art.Award. byla nominována v kategorii Mezinárodní PR. Vyhlášení PR cen v celkem 22 kategoriích proběhne 27. dubna na slavnostním galavečeru v Berlíně.

Tržby Kofoly překročily dvě miliardy

Podle předběžných odhadů v roce 2005 stouply tržby společnosti Kofola ve srovnání s rokem 2004 o 13 %. Tuzemský výrobce nealkoholických nápojů předpokládá, že tržby za prodej výrobků a služeb budou 2048 mil. Kč. Přímé investice firmy dosáhly v loňském roce jen v ČR 68 mil. Kč a Kofola rovněž vytvořila 63 nových pracovních míst.

„V loňském roce jsme zvýšili prodeje téměř u všech našich výrobků a v jednotlivých kategoriích se držíme na předních místech. Snažíme se dále upevňovat pozici společnosti Kofola v zemích střední Evropy. Rok 2005 hodnotíme jako úspěšný,“ doplňuje Martin Kľofanda, PR manažer společnosti Kofola.

KlasA se představila na veletrhu Salima

V historicky největší expozici Státního zemědělského intervenčního fondu (SZIF) na veletrhu Salima (7. až 10. března 2006) se na ploše téměř 200 m² představilo 34 českých výrobců potravin – držitelů národní značky kvality KlasA.

„Jako správce značky KlasA jsme v létě minulého roku zahájili rozsáhlou kampaň na její podporu, která se ukázala jako velmi úspěšná. Průzkum potvrdil, že známost této značky vzrostla od června do prosince 2005 ze 17 na 68 %,“ uvádí tisková mluvčí SZIF Jitka Sluková. Značku KlasA mohli spotřebitelé koncem ledna nalézt na obalech 844 potravinářských výrobků od 142 výrobců. Další 33 výrobců převzalo certifikáty ocenění KlasA z rukou ministra zemědělství Jana Mládky dne 8. března na veletrhu Salima.



Ocenění ve znamení biopotravin

Z 13 potravinářských výrobků, oceněných cenou Zlatá Salima, a 21 výrobků, které obdržely cenu Trendy, je celkem sedm biopotravin. O Zlatou Salimu letos soutěžilo 70 finálních potravinářských produktů, oceněno z nich bylo 13, a to nejvíce v kategorii masné suroviny a výrobky, drůbež, ryby. Mezi oceněnými Zlatou Salimou je také společnost Olma a její nový mléčný nápoj Energy in, který obsahuje 60% podíl ovoce a nabízí příchutě jablko-broskev-meruňka, jablko-banán-kiwi, jablko-jahoda-malina. Neztratili se ani zástupci slovenských mlékařů. Zlatá Salima putuje i do lékárny MILSY za Bánoveckú nátičku s příchutí ementálu. Firma tak zopakovala úspěch z minulého ročníku, kdy byly oceněny její Bánovecké korbáčiky.

Staropramen otočil

Staropramen uvedl na trh kompletní portfolio v nové lahvi s novou identitou. V březnu podporuje rebranding masivní reklamní kampaň v TV, tištěných médiích a na internetu. Propagaci doprovází rovněž outdoorová kampaň u hypermarketů. Doprovází ji hostesková promotion, během níž mohou spotřebitelé získat k nové lahvi Staropramen také novou sklenici. Reklamu na novou vizuální identitu s hlavním sdělením „Změňte svůj pohled“ připravila agentura Mašina. Využila přitom efektu převrácené stránky, která nutí čtenáře otočit svůj pohled o 90 stupňů. Reklama společně s novou vizuální identitou komunikuje Staropramen jako „Nejocenoňanější pivo roku 2005“.



Novodvorská Plaza má nového správce

Správce nákupního a zábavního centra Novodvorská Plaza v Praze 4, které bude slavnostně otevřeno 22. března 2006, se stala společnost FMC Central Europe, pobočka francouzské firmy Ségécé International. V České republice působí již od roku 2000 a je správcem Obchodního centra Nový Smíchov v Praze. Na Slovensku spravuje bratislavské Obchodní centrum Danubia.

„Vzhledem k úspěšnému provozu OC Nový Smíchov věříme, že zkušenosti a profesionální přístup společnosti FMC Central Europe bude přínosem pro nájemce a zákazníky obchodního centra Novodvorská Plaza,“ dodává Markéta Jeřábková, ředitelka nákupně-zábavního centra Novodvorská Plaza.

Ahold míří kupředu

Po několika letech vynucené „abstinence“ se začíná holandský maloobchodní koncern Ahold opět zabývat expanzí. Už přitom nejde o dobývání nových trhů, ale v první řadě o tzv. fill-in acquisitions, tedy o příkupy, které by měly doplnit současnou síť obchodů.

Na prvních místech žebříčku zájmu jsou objekty dalšího holandského koncernu Laurus, které jsou v současnosti nabídnuté k odprodeji. Skupina nevylučuje ani možnost expanze na východ, jih a sever Spojených států a překročení hranice s Kanadou. Plány se nevyhýbají ani ruskému a ukrajinskému trhu.

Carrefour dvacetkrát v Číně

Dvacet nových obchodů hodlá v tomto roce ve své zemi otevřít čínský zástupce koncernu Carrefour, Jean Luc Cherau. Svůj záměr zveřejnil na setkání v Šanghaji, kde byl tento podnik také označen za jednu z firem majících pro tuto zemi mimořádný nadnárodní význam. V průběhu minulého roku otevřel koncern v Číně 14 nových obchodů, díky čemuž jeho síť tvoří 70 obchodních jednotek. Naposledy otevřený obchod (letos v lednu) se chlubí prodejní plochou přes 9800 m² a 425 parkovacími místy.

Sainsbury's se zaměřuje na děti

Speciálně na děti se ve Velké Británii zaměřila silně propagovaná řada Blue Parrot Café retailera Sainsbury's. Tuto potravinovou řadu nahradí produktová linie s názvem Sainsbury's Kids. Řadu Blue Parrot Café zavedl podnik v roce 2001. Obsáhla více než 250 produktů, které se postupně vyvinuly pro děti ve věkové skupině mezi 5 a 11 lety. Využívaly obaly s jasnými a veselými barvami, v obchodech je podpořily speciální prodejní akce.

Koncern se také podílel na programu Active Kids, který odstartoval v lednu. V jeho rámci se do oběhu dostaly bony odpovídající hodnotě od deseti liber, které bylo možné v obchodě utratit.

V tomto roce chce společnost dát důraz především na zdravé potraviny, které podpoří speciálními bony na nákup zeleniny a ovoce.

Fair Trade pro Lidl

Podle informací veřejně prospěšného spolku Transfair z Kolína nad Rýnem hodlá diskont Lidl nabízet některé své produkty opatřené značkou Fair Trade. Ostatní zástupci operující na trhu s touto značkou tento krok retailera kritizují. „Myslíme si, že označení Fair Trade získalo v posledních letech důvěru spotřebitelů,“ říká jednatel největšího německého importéra produktů označených značkou Fair Trade Gepa, Tom Speck.

Pokud nyní budou moci toto označení udělovat svým výrobkům i firmy jako Lidl, a to pouze kvůli posílení vlastní image, může to podle jeho slov poškodit značku Fair Trade i celý tento segment trhu.

Benzina i Aral budou měnit vzhled

Desítky milionů korun investuje v následujících měsících společnost Benzina do modernizace části svých čerpacích stanic. Firma sice vládne tuzemskému trhu s 327 pumpami, z toho 19 se značkou Paramo od letos koupené sesterské společnosti Paramo Trysk, ale zaostává v prodaném množství za značkami jako JET, OMV nebo Shell. Počítá proto s obnovou zhruba pětiny pump. „Začíná hlavní program modernizace našich čerpacích stanic. Nový design a širší nabídka služeb jsou hlavní změnou,“ říká generální ředitel Benziny a člen představenstva Unipetrolu Frederik J. Emich. Změny se budou samozřejmě týkat také vnějšího vzhledu. Nové pumpy by měly vypadat tak jako nedávno otevřená stanice v Obilné u Chebu. Stejně jako tato i další budou v červené a šedé, tedy v barvách mateřského polského PKN Orlen. Představitel PKN Orlen dosud jasně neřekl, zda v ČR značku Benzina zachovají, nebo přejmenují, třeba na Orlen. Nejrůznější průzkumy trhu ale potvrzují tradici a velkou povědomost mezi českými spotřebiteli.

Na poli čerpacích stanic však nepůjde o jediné velké přeznačení. V loňském roce nakoupila rakouská OMV 70 stanic Aral. „Úkolem pro letošní rok je další modernizace a reorganizace našich značek OMV a Avanti. Na OMV se do poloviny roku změní i všechny nakoupené pumpy společnosti Aral,“ potvrzuje mluvčí české pobočky rakouské firmy Zdeněk Holub.

Delvita v jarním

Dne 9. března spustila Delvita novou marketingovou kampaň Barevné jaro. Jejím cílem je posílit prodej v druhé nejsilnější prodejní sezoně v roce a podpořit image značky. Delvita v tomto období uvede na trh nový sortiment v oblasti čerstvého i suchého zboží, nebudou chybět ani velikonoční speciality. Komunikační část kampaně vytvořila pro Delvitu agentura Avant Advertisign.

Štěstím motivem jsou aspirativní vizuály produktů využívající pro Delvitu typickou „čtvercovou“ grafiku. Média se soustředí kromě instore komunikace také výrazněji na denní tisk a oblast časopisů životního stylu a vaření.



Starobrno s rekordním ziskem

Provozního zisku ve výši téměř 150 mil. Kč, nejvyššího ve své dosavadní historii, dosáhla v roce 2005 společnost Starobrno. Podíl firmy na domácím trhu se v roce 2005 zvýšil z 5 % na 5,1 %. Z hlediska meziróčního růstu na domácím trhu je Starobrno druhou nejúspěšnější pivovarskou skupinou v České republice. Na jižní Moravě a zejména v Brně je stále značka Starobrno dominantní značkou, což platí rovněž pro značku Hostan na jihu jižní Moravy. Významný nárůst byl zaznamenán v prodeji značky Heineken, který dosáhl výše 7000 hl. Pozitivní vliv na dosažené výsledky mělo i zvýšení objemu licenční výroby značky Zlatý Bažant.

Tesco hledá zaměstnance

Dne 1. března bylo v kralupském hotelu Adriana otevřeno náborové středisko společnosti Tesco Stores ČR, jehož cílem je najít pracovní tým pro největší distribuční sklad trvanlivých a čerstvých potravin ve střední Evropě (sklad trvanlivých potravin: 45 tis. m², sklad čerstvých potravin: 15 tis. m², závazka na obchody bude probíhat 6x týdně, 90 % distribuce bude centralizováno). Nové distribuční centrum Tesco bude otevřeno ve druhé polovině roku a nabídne asi 700 pracovních míst.

Krok vstříc vegetariánům

Novou produktovou řadou Délicorn cílí švýcarský koncern Coop především na vegetariány. Všechny produkty z této řady, které jsou vyrobeny na bázi sóji, tofu a bio obilí, dostaly certifikát od Švýcarského spolku pro vegetariány. Šest výrobků je určeno přímo pro vegany. Během minulých pěti let stoupl odbyt potravin pro vegetariány ve Švýcarsku téměř o 50 % a nadále lze očekávat stoupající tendenci. Produkty Délicorn zahrnují také výrobky typu sekaná, nakrájené steaky nebo bio zeleninové burgery. Výrobky obsahují návody na přípravu, nesou evropské logo vegetariánů a cenově budou odpovídat úrovni privátních značek. Současně budou tyto produkty nabízet Coop restaurace. Produkty Délicorn se v prodeji objevily 7. března, ve druhé polovině roku je doplní hotová jídla.

Personálie

- Novým generálním ředitelem společnosti Real Spektrum se stal Jiří Fajkus, který nahradí Romana Grmelu. Ten zůstává i nadále předsedou představenstva. Výkonný ředitel Pavel Daněk, zodpovědný za společnost a její operace v Brně, posílil svou exekutivní pozici jmenováním do představenstva společnosti.
- Na pozici ředitelky prodeje v CPP Development nastoupila Klára Pojerová. V letech 2000 až 2001 zastávala místo personal assistant v realitní společnosti Czechoslovakia Consult. V následujícím období pracovala v developerské společnosti Engel Group, kde vedla prodejní a marketingové agendy.
- Prezidentem a generálním ředitelem Visa Europe byl od 1. března 2006 jmenován Peter Ayliffe. Dosavadní generální ředitel a prezident Hans van der Velde se rozhodl rezignovat na všechny své funkce a odejít do penze. Do ledna 2005 působil Peter Ayliffe jako ředitel divize retailového bankovníctví v britské bance Lloyds TSB Group. Od září 2000 do března 2005 zastával post ředitele představenstva společnosti Visa Europe a Visa International.

KONFERENCE O PODNIKOVÉ BEZPEČNOSTI 11. DUBNA 2006

Konference o podnikové bezpečnosti přináší nové poznatky jak lze řešit bezpečnost firmy ve vztahu k zaměstnancům. Vyslechněte si názory a zkušenosti odborníků a vyvarujte se tak zbytečných chyb, které by vaši společnost mohly stát i více než jen peníze.

PROGRAM KONFERENCE:

- korupce a antikorupční programy státní a soukromé sféry,
- personalistika - novela zákona o nemocenském pojištění aneb jak bojovat s vysokou nemocností, forenzní program, využití §53 zákoníku práce v praxi apod.,
- ochrana duševního vlastnictví - napodobování ochranných vzorů (textil, průmysl, cigarety).

TERMIN: 11. dubna 2006 od 9:30 hodin; MÍSTO: Policejní Akademie ČR, ulice Lhotecká 559/7, Praha 4.

Více informací o konferenci naleznete na www.podnikovabezpecnost.cz, kde je možné se i zaregistrovat.



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, fax: 233 072 021, <http://www.eregal.cz>, regal@economia.cz; Magda Etzlerová, inzertní manažerka časopisu, tel.: 233 073 170, fax: 233 072 730, 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) jakéhokoli materiálu nebo části materiálu zveřejněného v tomto PDF servisu. Společnost Economia, a.s., využívá agenturní zpravodajství ČTK, která si vyhrazuje veškerá práva. Publikování nebo šíření obsahu ze zdrojů ČTK je výslovně zakázáno bez předchozího písemného souhlasu ze strany ČTK.