

REGAL^{line}

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 35/06, 11. 10. 2006

Rozvoj nových formátů pokračuje

Tesco oznámilo, že do konce roku otevře dalších 10 nových obchodů. Plán rozvoje jeho obchodní sítě zahrnuje jak klasické hypermarkety s prodejní plochou o velikosti několika tisíc metrů čtverečních, tak malé formáty obchodů. Svou první maloformátovou prodejnu otevřelo Tesco v červnu 2005 v Mikulově. Do konce roku by v mělo v ČR vyrůst pět dalších supermarketů s prodejní plochou 1000 m². Tesco plánuje s rozvojem malých formátů pokračovat i v příštím roce.

Růst společnosti během první poloviny letošního roku byl iniciován investicemi do snižování cen ve výši 280 mil. Kč a miliardovou investicí do výstavby nového distribučního centra v Postržíně. Nová strategie firmy přilákala do obchodů Tesco o 460 tisíc nových zákazníků týdně více a celkový počet zákazníků v České republice tak v současné době činí 2 miliony týdně.

„Během uplynulých šesti měsíců jsme učinili velký krok kupředu,“

říká Phil J. Clarke, generální ředitel společnosti Tesco Stores ČR, a dodává, „naš řetězec se rozrostl o 41 nových obchodů. Vedle výstavby nových obchodů jsme koupili obchody od společnosti Edeka CS a Carrefour. Po těchto akvizicích následovaly rozsáhlé procesy integrace, jejichž cílem bylo plně začlenit nové prodejny do stávající sítě Tesco.“

Tesco – půlroční výsledky

Půlroční výsledky celé skupiny Tesco, působící nyní ve 12 zemích světa, jsou:

- Obrat v Evropě (včetně DPH) vzrostl o 28,2 % na 2,99 mld. GBP (123,6 mld. Kč*).
- Zisk v Evropě vzrostl o 43,7 % na 125 mil. GBP (5,2 mld. Kč*).
- Obrat skupiny Tesco (včetně DPH) vzrostl o 12,7 % na 22,7 mld. GBP (938,4 mld. Kč*).
- Zisk skupiny Tesco vzrostl o 12,5 % na 1,152 mld. GBP (47,6 mld. Kč*).
- Pokračuje i růst na českém trhu. V průběhu prvního pololetí finančního roku 2006** vzrostl celkový obrat včetně DPH o 62 % na 14,8 mld. Kč*

*kurz: 1 GBP = 41,34 Kč, **účetovací období: 1. 3. až 26. 8. 2006

Obchodník roku 2006

Výsledky 4. ročníku soutěže GE Money Multiservis Obchodník roku 2006 byly oznámeny 10. října během slavnostního večera v pražském Slovanském domě. Kromě absolutního vítěze, firmy Tesco, byly letos oceněny nejlepší tuzemští obchodníci celkem v 11 kategoriích. O výsledku kategorie Cena veřejnosti, kterou získala OBI, rozhodla přímo veřejnost prostřednictvím internetového a SMS hlasování. Hlavním mediálním partnerem letošního ročníku se stalo vydavatelství Economia a jeho tituly: Hospodářské noviny, Ekonom, Marketing & Media a časopis Regal. Ten udělil cenu odborné veřejnosti v nové kategorii Professional řetězci Globus. *Kompletní výsledky naleznete v příloze newsletteru, podrobné informace pak v příloze měsíčníku Regal 10/2006, který právě vychází.*

Kidiboo sýrové kousátko přichází na trh

Společnost TPK přichází na trh s novým výrobkem, tzv. Sýrovým kousátkem Kidiboo. Jde o tavený sýrový výrobek, který cílí na matky s dětmi od 3 do 8 let a je stejně jako všechny výrobky této značky bez konzervačních látek, bohatý na vápník a vitamín A. Sýr na tyčince je skrytý v barevné plastové skořápce, která je snadno přenositelná. Po vyjmutí ze skořápky sýr na tyčince drží a zachová svůj tvar. Na každé skořápce je hra formou malé omalovánky, puzzlu nebo hádanky, na které si děti ověří svoje vědomosti a zároveň se naučí něco nového. Další zábava čeká na děti na www.kidiboo.cz. Nový výrobek bude podporován marketingovými a obchodními aktivitami. „V listopadu budou probíhat ochutnávky v obchodních řetězcích, školkách a školách. Připravujeme také direct mailing a pro rok 2007 masivní televizní reklamu,“ potvrzuje Vladimíra Litworová, group senior manažerka firmy.



GE Money Multiservis



Obchodník roku 2006

GE Money Multiservis Obchodník roku 2006 je ocenění, které získávají ti nejlepší obchodníci v ČR. Plní funkci barometru maloobchodu, který pomáhá zákazníkům v lepší orientaci a rozhodování mezi jednotlivými obchody. Zároveň je užitečným nástrojem komunikace samotných obchodníků – úspěch v ocenění je dobrým signálem nejen pro zákazníky, ale i zaměstnance a obchodní partnery.

Více informací o soutěži na www.obchodnik-roku.cz

GE Money Multiservis



Obchodník roku 2006

Kompletní výsledky soutěže naleznete v příloze newsletteru, podrobné informace pak v příloze měsíčníku REGAL 10/2006, který právě vychází.



Delta Pekárny sílí na Slovensku

Společnost Delta Pekárny posílila svoji pozici na slovenském pekárenském trhu odkupem tří průmyslových pekáren v Žilíně, Bratislavě a Levici. Dosud zásobovala místní trh z pekáren v Bratislavě-Petržalce, Komárně, Hliníku nad Hronom a v Košicích, které hrají důležitou roli pro pokrytí celé východní části Slovenska. „Nová strategická akvizice nám pomůže optimalizovat výrobu a obchod a přispívá ke konsolidaci naší pozice na slovenském trhu. Naším cílem je zdokonalení celoplošného servisu pro slovenské zákazníky,“ uvádí Marko Pařík, generální ředitel společnosti Ramill, která řídí aktivity pekárenských skupin Delta Pekárny a Odkolek ve čtyřech středoevropských zemích.

Tesco vydává software

Britské Tesco se rozhodlo pod svou značkou prodávat software pro běžné uživatele počítačů. Pouští se tak do sektoru, který ovládá gigant Microsoft. Tesco začne v Británii prodávat šest balíčků, které budou obsahovat různé programy. Kromě základních kancelářských aplikací například software pro vypalování CD a DVD, pomůcky na úpravu fotografií a podobné běžně užívané nástroje. Balíček s „Tesco-softem“ bude stát 20 liber (zhruba 840 Kč). Novinku uvede do stovky svých britských supermarketů koncem října. Software, který ponese značku Tesco, vyvíjí společnost Formjet. Tesco vidí svou šanci na softwarem polí proto, že jde podle vyjádření jeho zástupců o sektor se špatným výběrem a vysokými cenami.

Zvýšilo se financování nádobí, nábytku a fotoaparátů

Společnost GE Money Multiservis zaznamenala v letních měsících výrazný meziroční nárůst v objemu financování některých komodit. Nejvíce rostlo financování nádobí, a to o 973 %. Výrazný nárůst zaznamenal nábytek (33 %), fotoaparáty (31 %) a PC sestavy (21 %). O prázdninách kupovali zákazníci ve zvýšeném množství také ledničky (nárůst o 19 %) a pračky (15 %). V období od 1. ledna do 31. srpna 2006 financovala společnost GE Money Multiservis v ČR prostřednictvím svých produktů Multiservis úvěr, kreditní karty MoneyCard a nákupní úvěrové karty O.K. nákupy v celkové hodnotě přesahující částku 6 mld. Kč. Ve srovnání se stejným obdobím loňského roku jde o nárůst o téměř 9 % (5,6 mld. Kč v roce 2005). Počet transakcí se zvýšil o 15,3 % na 2 249 304.

Retail in Detail/Petrol Station 2006

Exkluzivní analýza nákupního chování zákazníků čerpacích stanic pod názvem Petrol Station Shopper 2006 a řada dalších zajímavých témat bude součástí odborného programu konference Petrol Station 2006, která se uskuteční dne 12. října 2006 v hotelu Hilton v Praze.

Je určena především účastníkům z řad top manažerů a specialistů centrální maloobchodních firem, obchodních ředitelů, trade marketing manažerů, key account manažerů a category manažerů dodavatelských firem, dodavatelů služeb a technologií i dalším odborníkům.

Speakeři se dotknou témat efektivního prodeje na trhu, který se vyznačuje nízkou loajalitou zákazníků, nových trendů na trhu pohonných hmot v kontextu legislativy EU, klíčové znalosti zákazníka, zajištění kvality produktů a služeb, fenoménu gastroservisu na čerpacích stanicích i lidských zdrojů. Odbornými garanty jsou výzkumná společnost Incoma Research a vydavatelství Petrolmedia, hlavními partnery jsou společnosti Benzina a MBG. Registrace: www.retail21.cz/retailindetail.

Společná kampaň Alfa Romeo a Electronic Arts

Společnosti Electronic Arts a Alfa Romeo spojily své síly při propagaci nové hry ze série Need For Speed. Obdobný projekt pro podporu loňské verze hry byl vyhlášen jako nejlepší projekt EA na podporu hry ve střední a východní Evropě. V rámci cross promotion projektu připravila Alfa Romeo ČR vůz Alfa Romeo Brera v grafické úpravě ve stylu nové hry Need For Speed Carbon. Tento vůz bude k vidění na řadě akcí z oblasti motorismu a na promo akcích k podpoře této hry. Kampaň připravila marketingová společnost Wo-Man a mediální agentura Mediacom.



Haworth – první showroom v Praze

Haworth, výrobce kancelářského nábytku, otevřel 3. října výstavní síň svých kolekcí, po Brně, přímo v Praze. Znamé značky budou k vidění v showroomu na ploše 450 m², uprostřed kancelářského centra The Park v Praze na Chodově.

„V České republice realizujeme obchody prostřednictvím dealerů již 11 let a díky své přítomnosti chceme navýšit obraty,“ vysvětluje ředitel zastoupení Haworth Czech Petr Štěpán. Mezi tuzemské zákazníky patří kancelářské prostory například společností Siemens, Telefonica O₂, T-Mobile, Vodafone, DHL, Motorola, Johnson&Johnson nebo KPMG.

Od října prací prášky bez fosfátů

Od 1. července 2006 zakazuje vyhláška Ministra životního prostředí výrobcům nebo dovozcům dodávat do obchodních sítí na území České republiky prací prostředky s obsahem fosfátů nad 0,5 % hmotnosti. Od 1. října 2006 se v ČR nesmí v obchodních sítích konečnému spotřebiteli žádný prací prášek s obsahem fosfátů prodávat.

Pro zajímavost, první bezfosfátový prací prášek Dixan (v České republice známý jako Palmex) uvedla na trh v roce 1983 společnost Henkel. Vzhledem ke strategii firmy dlouhodobě podporovat udržitelný rozvoj ve svých oborech podnikání nabídla firma tento patent všem výrobcům pro následné použití.

DPD – nové velkodistribuční centrum v Modleticích

Dne 3. října spustila zásilková služba DPD v Modleticích u Prahy provoz nového velkodistribučního centra u dálnice D1. Jeho provoz rozšíří kapacitu původního pražského překladiště na trojnásobek. Součástí komplexu je také administrativní centrum se sídlem pro Českou republiku, které zajišťuje provoz všech dalších devíti dep v ČR. Celková letošní investice v ČR dosahuje takřka 150 mil. Kč. Celková odhadovaná kapacita zásilkového systému DPD je 120 tisíc zásilek denně. Současné bylo otevřeno i další, desáté, depo v Liberci.

Výběr známé značky na internetu

Respondenti studie společnosti ACNielsen realizované on-line spoléhají především na internet a dobrou pověst značky, aby jim pomohly s rozhodováním o nákupu.

Studie se zúčastnilo celkem 41 zemí a spotřebitelé (lidé běžně používající internet) odpovídali na otázky týkající se toho, co ovlivňuje jejich rozhodnutí ohledně nákupů několika produktů.

„Hledání na internetu“ byla nejčastější odpověď, a to zejména co se týče nákupu dovolené (54 %), MP3 přehrávačů (42 %), mobilních telefonů (39 %) a půjček (29 %). „Značka/její pověst“ je důležitá při rozhodování o koupi auta (46 %) a „nahlížení do výloh“ je nejpopsatelnější při nákupech módy (47 %) a šperků/hodinek (42 %).

Nejobdivovanější firma na světě

Ve druhém ročníku prestižního amerického průzkumu Barron's Annual Survey první místo získala společnost Johnson & Johnson. Průzkumu se zúčastnilo 85 respondentů hodnotících, jaký respekt daná společnost požívá mezi investory. Johnson&Johnson s průměrem 3,97 sesadil z trůnu General Electric. Firma přesvědčila investory především kvalitou své značky, integritou a dlouhodobým strategickým záměrem.

Jungheinrich chce normy pro RFID

Jungheinrich AG, výrobce vysokozdvíhových vozíků a skladovací techniky, převzal vedení výzkumného projektu IdentProLog pro technologii RFID. Výsledkem projektu stanoveného na tři roky mají být všeobecné standardy pro použití RFID v průmyslu a obchodu. Spolkové ministerstvo pro vzdělávání a výzkum podporuje projekt Výzkum pro výrobu zítřka.

„Hlavním úkolem je vypracování základních technologií pro komunikaci RFID mezi vysokozdvíhými vozíky a nosiči břemene. Mají zvýšit efektivitu materiálového toku v průmyslu a obchodu,“ říká Ralf Baginski, vedoucí základního výzkumu u firmy Jungheinrich.

Útok na Velkou Británii

Miller Brands UK, dceřiná společnost pivovarnické firmy SABMiller plc, oznámila, že v příštích 18 měsících investuje přes 2 mil. liber (84 mil. Kč) do nových marketingových a prodejních aktivit mezinárodní prémiové značky Pilsner Urquell ve Velké Británii.

„Pilsner Urquell je ikona, prestižní pivo, se kterým se žádné jiné pivo na světě nemůže srovnávat. Ve Velké Británii je velké množství znalců piva uznávajících kvalitní výrobky, proto zde vidíme ideální podmínky pro další rozšíření tohoto jedinečného piva. Pilsner Urquell chutná přesně tak, jak má chutnat opravdové pivo, a všem Britům teď nabízíme možnost, aby to mohli posoudit sami,“ říká Gary Whitliffe, generální ředitel společnosti Miller Brands UK.

Vzniká Outlet Airport Praha

Nedaleko ruzyňského letiště vyroste Outlet Airport Praha, obchodní centrum se 174 obchody. Stane se tak největším centrem svého druhu v zemi. „Počítáme s tím, že centrum bude otevřeno v březnu 2008,“ tvrdí Claudio Zaniboni, prezident italské realitní společnosti B. Consulting, která bude provozovatelem centra. Projekt za 105 mil. eur nabídne prodejní plochu téměř 50 tisíc m². Převažovat budou prodejny s oděvy, obuví a doplňky.

Se slevou od 30 do 70 % bude možné dostat i elektroniku, parfémů, hračky či klenoty. Kromě klasických obchodů budou v centru také sportovní zařízení, restaurace, kasina a zábavní střediska. Zatím jediné výprodejové centrum v ČR je v současnosti Freeport v Hatích u Znojma. „Ve Freeportu je momentálně otevřeno 57 obchodů, ve kterých si zákazník může vybrat z přibližně 200 světových značek,“ říká Dita Staňková z marketingu společnosti Freeport Leisure ČR.

OC Nisa Liberec – první fáze rozšíření

Multikino s osmi sály a 1200 místy, více než 150 obchodů, desítky restaurací, 50 tisíc m² obchodní plochy, přes 1800 parkovacích míst. Tak bude vypadat obchodní centrum Nisa Liberec po svém rozšíření, které v průběhu září zahájila developer-ská společnost ING Real Estate Development. Jako první bude postavena opěrná zeď,



další práce by měly postupně navazovat. S otevřením kompletně zrekonstruovaného obchodního centra počítá ING Real Estate ve druhém čtvrtletí 2008. „Stavba opěrné zdi, která ve svém důsledku rozšíří plochu jižního parkoviště, bude trvat asi tři měsíce. Její dokončení předpokládáme ještě před vánočními svátky, kdy bude v okolí obchodního centra klid,“ říká Renáta Kodadová, tisková mluvčí ING Real Estate Development.

Jiný tvar, jiný pohled

Značka skotské whisky Grant's organizuje v rámci komunikačního projektu „Jiný tvar, jiný pohled“ výstavu fotografa a cestovatele Jiřího Kolbaby. „Je to výjimečná kampaň, která je založena na myšlence, že na všechno v životě je možné se dívat z nejrůznějších úhlů pohledu a jen člověk, který se neutápí ve stereotypu, si život může naplno vychutnat. Tento motiv jedinečnosti se pak odráží i v chuti a designu této originální whisky,“ upřesňuje Pavla Dvořáková, brand manažerka Grant's Scotch Whisky.

Praha je 13. nejoblíbenější

Praha obhájila třináctou příčku v žebříčku nejoblíbenějších evropských obchodních lokalit. Vyplývá to z průzkumu European Cities Monitor, který každoročně vydává mezinárodní realitní poradenská firma Cushman & Wakefield.

„Je to úžasné vzhledem k prestižnímu formátu měst, které Praze konkurují. Ještě důležitější však je, že Praha výrazně překonává své konkurenty ze střední a východní Evropy, konkrétně Varšavu (18. místo), Budapešť (22.), Moskvu (31.) a Vídeň (23.). Praha též překonala nováčka Bukurešť, která je pro rok 2006 na 29. místě,“ říká Andrew Thompson, vedoucí pronájmu kancelářských ploch v C&W v Praze.

Inspekce zakázala prodej polských vajec

Státní zemědělská a potravinářská inspekce zakázala prodej sedmdesáti tisíc vajec dovezených do České republiky z Polska. „Vejce, která ležela na pultech prodejny Kaufland v Praze, neodpovídala jakostním předpisům Evropské unie,“ uvádí mluvčí inspekce Daniela Kolečková. Závadná slepičí vejce značky Best Farm dovezl v balení po třiceti kusech do Česka polský výrobce Ovotek.

Potravinářská inspekce může vejce kontrolovat jen v obchodě. Dovoz, výrobu a balení vajec podle zákona kontroluje pouze Státní veterinární správa. Ta během speciální akce zaměřené na dovoz vajec vrátila od konce července do konce září výrobcům přes 800 tisíc vajec.

Export Becherovky 2005/2006

Export firmy Jan Becher – Karlovarská Becherovka dosáhl nejvyšších objemů za posledních deset let. Podařilo se vyvézt přes 2 miliony litrů tohoto hořkého bylinného likéru. Becherovka nyní vyvážá přibližně do 30 zemí světa. Největším trhem je pro Becherovku už tradičně Slovensko, mezi stabilní odběratele patří také Německo. Zde se firma snaží oslovit zejména mladší konzumenty, čemuž by měla pomoci i billboardová kampaň, která v Německu zahajuje v listopadu.

Značný úspěch zaznamenala Becherovka na Ukrajině, kde se prodej oproti loňsku zvýšil zejména díky výborné distribuci o plných 70 %. Prodej má od října podpořit reklamní spot v místní televizi. Stabilně roste prodej Becherovky i na maďarském trhu. V Polsku se jí meziročně prodalo o 55 % víc. Na opětovný start se společnost chystá v Rusku, kde úspěšně ukončila právní spor o ochrannou známku k Becherovce. Novinkou je vstup na čínský trh od začátku příštího roku.

Internet mění marketing

Marketingoví profesionálové ve svých strategiích využívají stále více detailních dat, aby mohli oslovit širší okruh spotřebitelů, kteří dnes používají internet jako nedílnou součást svého života. Takový je závěr zprávy vypracované společností Economist Intelligence Unit v rámci výzkumného projektu sponzorovaného společností Google. Tato změna chování spotřebitelů nutí marketingové odborníky přehodnotit strategie přístupu ke čtyřem hlavním oblastem marketingu – značce, integraci, měřitelnosti a vnitřní organizaci, a to nejen v případě internetových kampaní, ale ve všech marketingových programech.

Personálie:

- Novým generálním ředitelem společnosti OMV v ČR se začátkem října stal šéf slovenské pobočky Rakušan Hubert Turner, který bude řídit obě země. Nahradil Karla Slepicku, který odešel údajně kvůli neshodám na plánech do budoucna.
- Rudolf Kypta nastoupil 1. října na pozici finančního ředitele ING Retail a zároveň se stal členem Výkonné rady ING. Do té přibyl i Miroslav Červenka, který od října zastává funkci ředitele operations a IT.
- Výkonným ředitelem Asociace pro elektronickou komerci byl jmenován Jan Větyška.
- Společnost Goodyear Dunlop Tires zavedla nové organizační struktury pro 11 států střední a jihovýchodní Evropy se sídlem v Praze. Andreas Niessch, který poslední dva roky řídil činnost této společnosti ve Slovinsku, převzal funkci výkonného ředitele pro region střední a jihovýchodní Evropy.