

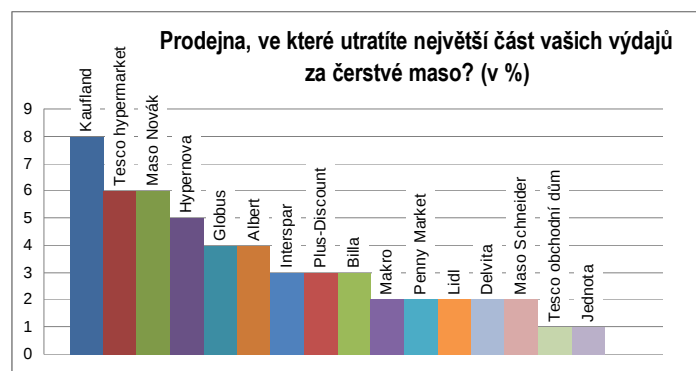
Pro maso nejraději do malých prodejen

České domácnosti nakupují čerstvé maso nejčastěji ve specializovaných prodejnách (řeznictví a prodejny typu „maso – uzeniny“) a v hypermarktech, shodně 26 %. Následují malé samoobsluhy (23 %) a s velkým odstupem supermarkety a diskonty (10 % a 8 %). Potvrdil to výzkum Supermarket & Diskont 2007 společností Incoma Research a GfK Praha.

Všechny „moderní prodejny“, tj. hypermarkety, supermarkety a diskonty, preferuje při nákupu masa 43 % zákazníků. Přitom rodinné nákupy všech potravin v těchto prodejnách dělá 76 % zákazníků. Přestože má čtvrtina zákazníků jako své hlavní nákupní místo masa hypermarket, ve srovnání s hlavním nákupním místem potravin obecně je to o poznání méně; 15 % zákazníků preferujících hypermarket nakupuje maso jinde.

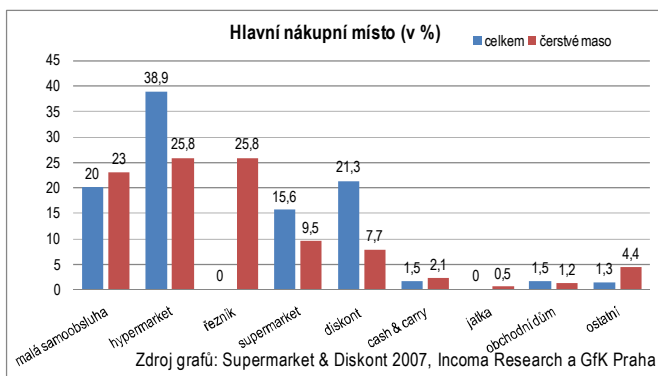
Výsledky výzkumu naznačují určitá specifika při nákupu masa. Spotřebitelé kladou při výběru prodejny masa důraz na čerstvost. Tím lze také vysvětlit vysokou oblibu menších prodejen při nákupu masa. Ty svou polohou v blízkosti bydliště svých zákazníků vyhovují nárokům na koupi čerstvého zboží rychlé spotřeby. Dalším důležitým faktorem je osobní kontakt s prodejcem. Nákup masa v hypermarktu je podmíněn především tím, že jeho zákazníci nakoupí vše tzv. pod jednou střechou.

Výzkum ukázal také atraktivitu jednotlivých obchodních řetězců při nákupu čerstvého masa. Z konkrétních prodejen je hlavním nákupním místem masa a uzených výrobků nejčastěji Kaufland, následovaný prodejnami Tesco hypermarket a Maso Novák.



ket a Maso Novák. U velkoplošných prodejen a některých supermarketů je vysoký podíl „jádrových“ zákazníků, kteří zde primárně nakupují jak maso, tak i ostatní potraviny, což dokládá předchozí tvrzení o nákupech „pod jednou střechou“.

V případě diskontních prodejen je zřejmé, že podstatná část jejich zákazníků nakupuje maso jinde. Výjimkou jsou prodejny Plus – Discount, kde více než polovina zákazníků nakupuje také maso. Úspěch retailera je úzce spojen s prodejnami Maso Novák, které jsou zpravidla umístěny v prostorách jeho prodejen. Mezi supermarkety je v tomto ohledu nejúspěšnější řetězec Billa a Delvita, kde nakupuje maso více než polovina jejich zákazníků.



V 8. ČÍSLE MĚSÍČNÍKU REGAL MIMO JINÉ NAJDETE:

- Webové prohršky těch největších
- Marketing za pár korun
- Z čeho šlí vaši zákazníci?

Regal 8/2007 vyšel 13. srpna

Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Obchod Lindt na Slovensku

V bratislavském obchodním centru Aupark byl začátkem srpna otevřen první obchod, ve kterém se prodávají výhradně produkty švýcarského prémiového výrobce čokolády Lindt. Obchody této značky byly již dříve otevřeny v Maďarsku a v Bulharsku. V obchodě se prodává přes 100 druhů exkluzivních čokoládových výrobků Lindt včetně nejúspěšnějších řad Excellence a Lindor. Navíc tam zákazníci najdou širokou nabídku sezonních položek a novinek.

WLAN technologie pro bauMax

Společnost Motorola, Enterprise Mobility Business, poskytovatel služeb a řešení v oblasti podnikové mobility, zahajuje spolupráci s řetězcem bauMax a firmou Dataphone v Rakousku. Předmětem vzájemné spolupráce, jež zahrnuje i české obchody bauMax, je zavedení WLAN technologie, která má zvýšit produktivitu a poskytnout lepší servis zákazníkům rakouských obchodů. Dataphone GmbH

(Pokračování na stránce 2)

GE Money Multiservis



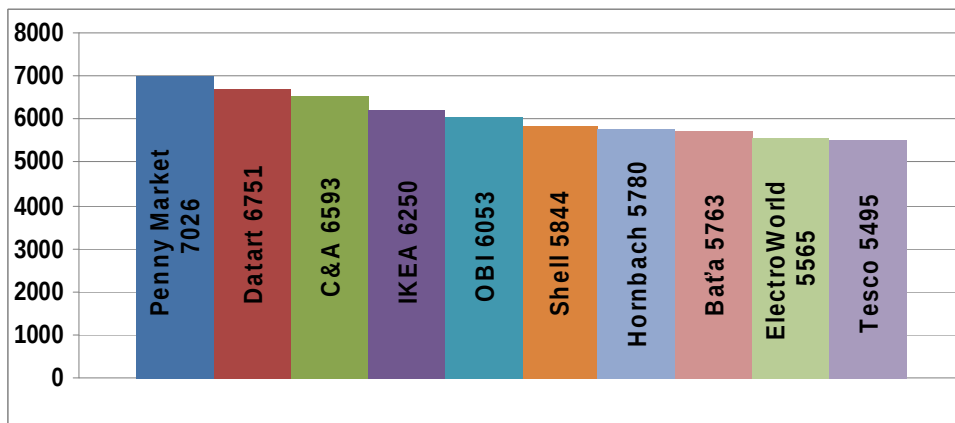
Obchodník roku 2007

GE Money Multiservis Obchodník roku 2007 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 2007

Jak jsme již informovali, pátý ročník soutěže GE Money Multiservis Obchodník roku 2007 byl zahájen 1. června a výsledky budou slavnostně oznámeny 10. října ve Slovanském domě. Letošní hodnocení kvality českého maloobchodu s sebou přináší řadu novinek. Kromě absolutního vítěze budou oceněni nejlepší tuzemští obchodníci celkem ve 13 kategoriích. Hlasování veřejnosti i odborníků bude probíhat do 30. září. Jako vloni budeme výsledky tohoto hlasování zveřejňovat v našem newsletteru. Také proto, že hlasování plní roli určitého „barometru“ kvality služeb v jednotlivých obchodech. Uvedený stav hlasování je k 3. 9. 2007. Více na www.obchodnik-roku.cz.



V Lidlu za karty

O (ne)ochotě informovat i o naprosto pozitivních novinkách v rámci činnosti některých obchodních řetězců svědčí následující zpráva. Zdroje blízké časopisu Regal během srpna zjistily, že v prodejnách Lidl je možné u pokladen platit všemi platebními kartami. Údajně už dva měsíce. Na přímou žádost naší redakce o více informací k této dosti podstatné a důležité skutečnosti, směřované na vedení tohoto retailera, jsme obdrželi pouze toto vyjádření Jitky Pivoňkové: „Naše společnost provozuje k dnešnímu dni na území ČR 166 prodejen. Zákazníkovi, který u nás stojí vždy na prvním místě a jemuž vděčíme za naše úspěchy, se snažíme co nejvíce přiblížit a vyhovět jeho přáním a požadavkům. Právě proto jsme postupně začali v našich provozovnách zavádět službu platebních terminálů. V současné době mohou této služby využít zákazníci ve všech pražských provozovnách, ke kterým postupně připojujeme další v českých i moravských regionech.“

První obchod Tesco Express

Společnost Tesco Stores ČR otevřela 21. srpna první vlastní obchod typu Express v České republice, a to v rušné Bělehradské ulici v Praze. V malé prodejně s otevírací dobou od 6 do 22 hodin sedm dní v týdnu zákazníci najdou na ploše do 300 m² více než 2800 druhů výrobků, mezi nimi například teplé pečivo přímo z místní pekárny, čerstvé ovoce a zeleninu nebo sortiment vín. Dále Tesco Express nabízí hotová jídla, inspirovaná českou i mezinárodní kuchyní, široký sortiment sendvičů, obložených baget a malých balení nápojů. V novém obchodě jsou k dispozici čtyři pokladny a 26 zaměstnanců. Další prodejna tohoto typu bude otevřena v Černošicích.



Výzva k účasti v TransAKCI

Počínaje 3. zářím zve společnost Logintrans k účasti v TransAKCI. Jedná se o projekt určený výhradně českým a slovenským uživatelům. Za nahlašování nabídek volných nákladů nebo vozidel bude Evropská dopravní databáze TRANS rozdávat svým uživatelům laptopy, palmtopy s navigací, digitální tiskárny, ohřívače na USB, originální hrnky a tisíce dalších cen. Do soutěže se mohou zapojit i noví uživatelé. Stačí se zaregistrovat do databáze a získat individuální číslo TransID a heslo. Více informací na <http://www.logintrans.cz/transakce>.

Interspar s novou kampaní kvality a čerstvosti

S novou kampaní, kde hlavní roli hraje kvalita a čerstvost, přichází od 12. září obchodní řetězec Interspar. Kampaň za čerstvost navazuje na předešlou kampaň Čerstvý desetiboj s Romanem Šebřelem. V rámci nové kampaně se bude každý týden až do konce listopadu v Intersparu promovat jedno z čerstvých oddělení. Kromě letákových akcí, nejružnějších forem informačních materiálů a poutačů v prodejnách retailera je také plánována tisková a venkovní kampaň, in-store média a letáková komunikace.

(Pokračování ze stránky 1)

Austria vybavil bauMax přibližně 1500 zařízení pro mobilní sběr dat, přičemž těmi posledně dodanými byly snadno ovladatelné, odolné mobilní terminály ze série MC3000 společnosti Motorola.

Electro World otevřel v Řecku

Electro World (DSG International) v průběhu léta otevřel v Řecku své první prodejny. První obchod se nachází v nákupní zóně Pylaia nedaleko letiště v Soluni. Ceny nabízených značkových spotřebičů a elektroniky spadly, stejně jako v České republice a jinde, hluboko pod běžnou hladinu. Slevy dosahovaly stovek euro. Například notebook Phillips zde byl místo za 999 eur k dostání za 699 eur. Zákazníky zaujala i nabídka poprodejních služeb včetně pojištění, odborné instalace a servisu zakoupeného zboží.

Haag hostil konferenci GIC

Ve dnech 8. až 16. července se konala v holandském Haagu každoroční konference světové asociace GIC (Global In-store Communication) za účasti 20 firem z celého světa, které působí v oblasti in-store komunikace. Jediným českým a východoevropským zástupcem byla firma Dekor. Účastníci se seznámili s téměř 400 POP projekty z celého světa. Příští rok se konference GIC uskuteční v červenci v Praze a bude ji organizovat právě společnost Dekor.

Ústup ze Švýcarska

Francouzská maloobchodní společnost Carrefour oznámila, že opouští švýcarský trh. Svůj poloviční podíl v provozovateli hypermarketů Distributis prodává tamní firmě Coop. Carrefour uvedl, že prodej je součástí jeho strategie zbavovat se méně důležitých aktivit. Už v loňském roce ze stejného důvodu odešel z České republiky a Slovenska. Distributis, který Carrefour vlastnil společně s firmou Maus Freres, provozuje dvanáct hypermarketů. Jeho tržby loni dosáhly 504 mil. eur.

Carlsberg nabízí Budweiser Budvar

Společnost Carlsberg Srbska zahájila distribuci piva Budweiser Budvar na území Srbska. Tato značka je na srbském trhu přítomna již mnoho let a nyní bude distribuována jako jeden z produktů v nabídce Carlsberg Srbska. Ve spolupráci s Carlsberg Srbska by měl prodej tohoto piva v Srbsku v roce 2007 dosáhnout 400 hektolitřů s výhledem na desetinásobný nárůst v roce 2010. Ležák Budweiser Budvar se bude v Srbsku prodávat v nevratných láhvích 0,33 litru a v plechovkách 0,5 litru.

**Předplatitelé časopisu REGAL
mají přístup do on-line archivu
ZDARMA na adrese
<http://predplatitel.ihned.cz>**

Cena Spotřebitel.cz předána

Internetový časopis pro spotřebitele Q magazín už podruhé využil konání výstavy Země Živitelka v Českých Budějovicích, aby v potravinových komoditách, které podrobil spotřebitelskému testování, předal Ceny Spotřebitele za první a Čestná uznání za druhé a třetí místo. Ocenění získala např. Česká vejce z Hypernovy a Dušená šunka Extra Schneider z Masokombinátu Plzeň. Trhu konzervovaného tuňáka podle šetření dominuje značka Rio Mare a za nejvyšší kvalitu sýr považuje většina respondentů sýr s bílou plísní na povrchu z Povltavských mlékáren Sedlčany.

Hypernova ne, Albert ano

Provozovatel supermarketů Albert a hypermarketů Hypernova, společnost Ahold Czech Republic, představil novou strategii svého dalšího rozvoje a působení na českém trhu. Nejvýraznější novinkou bude přejmenování hypermarketů Hypernova na Albert. Firma tak bude mít do konce roku 2008 téměř 300 prodejen Albert. V budoucnu také dojde ke změně formátů. Pro nákupy zboží ke krátkodobé spotřebě budou určeny prodejny Albert s prodejní plochou 200 až 500 metrů čtverečních.

Nákupy tzv. na druhý den budou moci zákazníci pořídit zejména v Albertech s prodejní plochou 500 až 1800 m². Současné hypermarkety Hypernova se přejmenují na Albert Hyper a na celkové ploše od 1800 do 5000 m² budou nabízet navíc také sezonní a nepotravinářské zboží.

Sconto a IKEA s Českou distribuční

V uplynulých týdnech získala několik významných klientů společnost Česká distribuční. Od června zajišťuje pravidelnou neadresnou distribuci pro Sconto Nábytek. Zvítězila rovněž ve výběrovém řízení na distribuci katalogů IKEA pro rok 2008. V letošním roce získala Česká distribuční celou zakázku i s produkcí a geomarketingem, v roce 2006 zajišťovala pro společnost IKEA distribuci. Jedná se o největší jednorázovou zakázku v roce. Společnost IKEA každý rok rozdává kolem 1,6 mil. kusů katalogů do domácností.

Benson Oak majitelem Bochemie

Společnost Bochemie, výrobce čistících, dezinfekčních a biocidních prostředků, oznámila změnu vlastníka, kterým se stala česká investiční firma Benson Oak Capital. Transakce ještě podléhá povolení Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže. Gabriel Eichler ze společnosti Benson Oak komentuje: „Do budoucna hodláme podporovat plány managementu na rozšíření stávajícího portfolia výrobků a expanzi na zahraničních trzích prostřednictvím organického růstu i akvizic.“ Ladislav Kraus, generální ředitel Bochemie, dodává: „Bochemie vítá vstup silného investora, jakým je Benson Oak Capital. Benson Oak disponuje jak finanční silou, tak i zkušenostmi a znalostmi v oblasti korporátní strategie, které jsou klíčové pro další rozvoj Bochemie.“ Podrobnosti transakce nebyly zveřejněny.

Norma odmítá spekulace

Spekulace spojené s prodejem a předáním prodejen Norma, které se objevily v tisku, vedení firmy odmítá s tím, že se nezakládají na pravdě. V oficiálním dementi jednatel Normy Günter Wiß-licen kromě jiného uvádí: „Norma, k. s., se ohrazuje proti těmto fámám o prodeji a bude i nadále pokračovat v úspěšné cestě posledních let dynamickou a solidní expanzí vlastními silami, samostatně a nezávisle. Pro rok 2007/2008 se počítá s otevřením následujících nových prodejen: Telč, Znojmo, Praha-Chodov, Harrachov, Jilemnice a Planá nad Lužnicí.“

Norma má v České republice asi 40 obchodů a s obrátem 1,5 mld. Kč zaujímá na žebříčku společnosti Incoma Research 22. místo.

Carrefour: podezření z úplatkářství

Podle ČTK vyslyšely čínské úřady několik zaměstnanců francouzského řetězce Carrefour a osm z nich zadržely. Údajně jde o vedoucí prodejen, kteří jsou podezřelí z úplatkářství. Nesrovnalosti odhalilo už interní vyšetřování, po němž firma upozornila úřady. Vyslychaný personál patrně přijímal úplatky výměnou za to, že dodavatelským firmám zajistil vítězství ve výběrových řízeních a umožnil jim tak dodávat do prodejen zboží. Převážně šlo o čerstvé potraviny. Nejsou ale známy žádné podrobnosti o částkách, které v údajné úplatkářské aféře figurovaly. Carrefour má v Číně asi 100 hypermarketů, které provozuje ve 37 městech. Jeho tržby tam loni vzrostly o 53 % na 24,8 mld. jüanů (asi 67 mld. Kč).

Úspěšný Kozel

Značka Velkopopovický Kozel je v současnosti čtvrtou největší značkou v portfoliu SABMiller v Evropě. Během posledních pěti let se celkový prodej značky zvýšil o 25 %. Nyní se prodává v 25 zemích, především v Evropě, ale i v zámorí. Celkový prodej (doma i v zahraničí) ve finančním roce 2007 vzrostl o 17 % a dosáhl 2,5 milionu hektolitřů. Největších objemů prodeje dosahuje značka v zemích, kde se pivo vyrábí v licenci, v pivovarech patřících SABMiller – na Slovensku, v Rusku a v Maďarsku.

Personálie

- Novým generálním ředitelem společnosti Kraft Foods pro Českou republiku a Slovensko je Pavel Šercl, dosavadní obchodní ředitel pro ČR a SR. Nahradil Nicka Bunkera, který byl jmenován viceprezidentem divize logistiky a péče o zákazníky v rámci Evropské unie.
- Generálním ředitelem tabákové firmy JT International se stal Philipp Maly, který z této pozice povede obchodní aktivity společnosti v Česku a na Slovensku. Ve funkci nahradil Ilonu Doleželovou.
- Obchodním ředitelem společnosti Česká distribuční se stal Martin Eibich. Předtím působil jako obchodní ředitel v rámci společnosti TNT Post v agentuře DIMAR a na několika manažerských pozicích v Českém Telecomu/O₂. Pražský tým firmy od července rozšířila také Jana Szukalská, která nově zastává funkci ředitelky marketingu. Přichází z České konsolidační agentury, kde několik let působila jako ředitelka odboru marketingu a komunikace.
- Martin Žížala se stal pátým členem představenstva v Cushman & Wakefield v ČR. Doplňuje tak stávající členy představenstva. Martin Žížala vede v pražské kanceláři C&W oddělení pronájmu maloobchodních prostor a zodpovídá i za slovenský trh.



KUPUJEME - PRODAVÁME

KUPUJEME - PRODAVÁME

31. 8. - 4. 11. 2007

NÁRODNÍ LÉNĚDĚLSKÉ MUZEUM PRAHA, KOSTELNÍ 44, PRAHA 7,

OTEVŘENO: ÚT-NE, 9:00-17:00, WWW.NLM.CZ