

line REGAL

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 7/07, 20. 2. 2007

Zájem o privátní značky podporují novinky

Podle prodejních výsledků společnosti Tesco Stores ČR je patrné, že zájem o výrobky vlastní značky stále roste. Zatímco v minulých letech byla důvodem k nákupu těchto výrobků především nízká cena, dnes je to také vysoká kvalita a jedinečnost sortimentu. Proto se Tesco v posledním roce soustředilo především na rozvoj řady výrobků Tesco Standard, které představují značkovou kvalitu za cenu o 15 % nižší než srovnatelné konkurenční výrobky. Na trh již bylo za rok 2006 uvedeno více než 750.

Vedle toho retailer nabízí výrobky značky Tesco Výhodný nákup určené zákazníkům, pro něž je při nákupu rozhodující cena a představují to nejlevnější v nabídce firmy.

V minulém roce k těmto řadám přibyla ještě luxusní linie Tesco Finest, která je v tuto chvíli reprezentována výběrem 15 vín z celého světa. V současné době se výrobky značky Tesco podílejí na celkových prodejích zhruba 10 %. Značkové výrobky se přitom budou i nadále rozšiřovat.

Během letošního roku společnost plánuje uvedení dvou řad, které podporují zdravý životní styl. První z nich je řada výrobků značky Tesco Healthy Living, která bude obsahovat jak nepotravinné výrobky, jako jsou například sportovní potřeby či sportovní vybavení, tak i potraviny. U nich bude zaručeno snížené množství tuků, solí a cukrů a zákazníci budou mít k dispozici viditelné označení nutričních hodnot na přední straně výrobku. Druhou novinkou je uvedení vlastní řady bio výrobků pod názvem Tesco Organics. Firma zároveň chystá rozšíření řady luxusních výrobků s označením Tesco Finest, které budou snadno rozpoznatelné podle stříbrných obalů.

Privátní produkty patří mezi významný komunikační nástroj. Je to jeden ze způsobů, jak se společnost může odlišit od konkurence. Proto se na jejich propagaci kladě větší důraz. „Privátní výrobky se propagují během celého roku v rámci klasických letáků. Čtyřikrát ročně jim je navíc věnován speciální katalog,“ vysvětluje Erika Kováčová, manažerka značky Tesco.

Budvar představí Pardála

Dne 22. února 2007 bude poprvé oficiálně představena veřejnosti novinka Budějovického Budvaru. Půjde o novou značku piva ve středním cenovém segmentu. Na méně prokvašené „desítce“ se začalo pracovat v srpnu 2005, loni byla testována na stovkách konzumentů, na trh přijde od tohoto března. Podle informací týdeníku Marketing & Media se bude nový výrobek jmenovat Pardál. „Nové pivo s odlišným chuťovým charakterem rozšíří současné portfolio produktů našeho pivovaru a osloví zcela novou skupinu zákazníků,“ říká brand manažerka značky Pavlína Jandová. Začátkem února navíc pivovar dokončil modernizaci lahvových linek za 60 milionů korun.

KB Likér vykázal rekordní prodeje

Divize KB Likér, která je součástí české nápojářské skupiny Drinks Union, v loňském roce prodala téměř 60 tisíc hl lihovin. To představuje meziroční růst téměř o 10 %. „Loňský prodej je rekordním výsledkem KB Likér v novodobé historii Drinks Union,“ říká ředitel divize Pavel Kadlec. Rozhodující podíl na prodejích měla již tradičně Stará myslivecká. Celá skupina v loňském roce vykázala podle auditovaných výsledků zisk před zdaněním více než 89 mil. Kč, což je nejlepší výsledek v historii firmy. V roce 2005 hospodařila společnost se ziskem 83 mil. Kč. „Za historicky nejlepším hospodářským výsledkem stojí především úspory v režijních nákladech a službách,“ komentuje výsledky finanční ředitel firmy Miroslav Bretšnajdr.



VE 2. ČÍSLE MĚSÍČNÍKU REGAL
MIMO JINÉ NAJDETE:

- Supermarkety asi nepřezijí
- Zákazníci budoucnosti
- Efektivita TV v in-store
- Snídaně začíná mít zdravější tvář

Regal 2/2007 vyšel 14. února
Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Stabilní výsledky UPS

Vysoká efektivita mezinárodních operací přispěla ve čtvrtém čtvrtletí 2006 k čistému příjmu společnosti UPS ve výši 1,13 mld. dolarů a 10% meziročnímu nárůstu zisku na akcii, za čtvrté čtvrtletí zakončené 31. prosincem 2006 je to zvýšení o 1,04 dolaru. Za celé období roku 2006 vzrostly příjmy skoro o celých 12 %; provozní zisky se zvýšily o 8 % a zisky na akcii stouply o 11,2 % na 3,86 dolaru. Mezinárodní obchod dosáhl díky provozním ziskům rekordní výše 1,7 mld. dolarů. V roce 2006 společnost zaznamenala nový rekord v objemu balíkové přepravy, doručila téměř 4 miliardy zásilek, v průměru 15,6 milionů za den.

Expanze obchodu s pizzou

Polský zpracovatel potravin, firma Bracia Rudziks, dodávající čerstvé pizzy, místní lahůdky a hotová jídla pro rychlou přípravu do obchodních řetězců Tesco, Geant, Carrefour, Elea, Polomarket a do místních maloobchodních prodejen, zaznamenal roční růst prodeje o 30 %.

Obzvláště výrazný je v oblasti prodeje čerstvé pizzy, který v současnosti reprezentuje 50 % obrátu společnosti. V zájmu další expanze se společnost rozhodla pro spolupráci s firmou specializovanou na balení potravin, Sealed Air Cryovac. Od začátku roku používá koncepci Cryovac BDF pro balení táčků s čerstvou pizzou v modifikované (ochranné) atmosféře.

Euro RSCG pro Grand Optical

Komunikační agentura Euro RSCG získala na konci roku 2006 do svého portfolia nového klienta, prodejce oční optiky společnost Grand Optical. Součástí spolupráce bude především realizace veškerých televizních kampaní této společnosti. Již na konci loňského roku společně připravily design interiérů obchodů a POS materiálů. Televizní kampaň bude komunikovat koncept Sleva podle věku – čím starší člověk si přijde brýle koupit, tím větší slevu dostane.

KlasA je známá 80 % spotřebitelé

Značka KlasA se stala synonymem pro kvalitní české potraviny. Díky ní roste i důvěra v české potraviny obecně. Spotřebitelé již nyní kupují většinou české potraviny a zájem o domácí produkci stoupá. To jsou závěry z průzkumu, který nechal na konci roku 2006 zpracovat Státní zemědělský intervenční fond, jenž značku spravuje.

Podpořená znalost značky vzrostla až na 81 % ve srovnání se 17 % z poloviny roku 2005. Podporu přinesla i velká spotřebitelská soutěž, která probíhala od září do konce prosince loňského roku. Její podstatou bylo nasbírat a poslat co nejvíce obalů z výrobků se značkou KlasA. Vítězem se stala Martina Fišerová z Chotěšova, která nasbírala 23 184 obalů.



Thajská kuchyně v Praze

Obchodní oddělení Velvyslanectví Thajského království letos upustilo od tradičních ochutnávek thajských pokrmů v českých hypermarketech. Na podporu povědomí o tamní kuchyni a zájmu o produkty, které jsou na českém trhu už běžně k dostání, se zaměřil prostřednictvím kurzu přípravy thajských jídel z originálních ingrediencí. Proběhne 12. až 16. března a zúčastní se ho mistři kucháři z hotelů Ambassador, Anděl, Angelo, Diplomat, Four Seasons, InterContinental, Jasmin, Le Palais, Palace, Savoy a dalších.

Součástí kurzu, vedeného generálním ředitelem hotelu Chiang Mai Hill a prezidentem Asociace thajských hotelů Sangwornem Suntuksukem, bude příprava thajských jídel a odborné poradenství ohledně surovin a speciálních ingrediencí používaných v thajské kuchyni. Současně bude probíhat Týden thajské kuchyně v hotelu Jasmin s důrazem na jídla z thajských nudlí.

Investice do realit rostou i u nás

Investice do komerčních realit vzrostly o 33 % a loni dosáhly v celosvětovém měřítku 492 mld. eur. Český investiční trh zaznamenal meziroční nárůst o 45 % – investoři nakoupili nemovitosti za více než 1,3 mld. eur. Vyplývá to ze studie publikované poradenskou firmou v oboru realit Cushman & Wakefield.

„Představu o tom, jak rychle se světový realitní trh za posledních pět let vyvíjel, získáme následujícím srovnáním: průměrný objem investic uskutečněných v jednom čtvrtletí roku 2006 byl větší než objem peněz investovaných za celý rok 2001,“ dodává James Chapman, vedoucí investičního oddělení v Cushman & Wakefield v Praze.



Lekkerland Česká republika se stěhuje

Český velkoobchod se zbožím denní potřeby Lekkerland stěhuje svou centrálu a sklad pro suchý sortiment z Lysé nad Labem do Horních Počernic. Od 18. února funguje většina společnosti z nového logistického centra, které firma otevřela v listopadu 2006 pro čerstvý a mražený sortiment. Některá administrativní oddělení se nastěhují v červenci. Druhý sklad společnosti pro suché zboží se nachází v Kutné Hoře.

„Abychom zaručili efektivnost provozní činnosti, plánovali jsme od samého začátku spojit sklad a administrativu v Lysé nad Labem s novým vybavením v Horních Počernicích,“ vysvětluje Jiří Vrbický, country manažer pro Českou republiku a Slovensko, a dodává, „nový sklad nám pomůže dosáhnout našeho cíle, což je zajistit pohodlné dodávky všeho sortimentu při jedné zastávce u zákazníka.“

Slováci našli v českém sýru listerii

Slovenští hygienici našli v sýru Niva Pilos, vyrobeném v ČR, zdraví nebezpečnou bakterii listerie. ČTK o tom informovala Petra Kinlovičová z Úřadu veřejného zdravotnictví. Zjištění slovenských hygieniků však podle společnosti Madeta, která sýr vyrábí, nedokazují, že potravina byla zdraví nebezpečná. Sýr s listerií našli kontrolori v prodejně společnosti Lidl v bratislavské čtvrti Dúbravka. Výrobek stáhli z oběhu a doporučili spotřebitelům, aby ho nekonzumovali.

Roto na veletrhu v Norimberku

Německý Norimberk hostil od 1. do 6. února Mezinárodní veletrh hraček. Die Spielwarenmesse International Toy Fair Nürnberg se zúčastnilo více než 80 tisíc odborníků z oblasti nákupu a prodeje ze 120 různých zemí. Vystavovatele z Francie, Itálie, Anglie, Ruska, Rumunska i Maďarska doplňovalo i 32 českých firem. Mezi nimi byla také česká společnost Efko – výrobce hraček a společenských her z Nového Veselí. „Rok od roku stoupá zájem obchodníků o naše produkty licenční i původní tvorby. Letos jsme uzavřeli několik zajímavých kontraktů. Ze všech našich produktů nejvíce zaujala stavebnice Roto, novinka, kterou jsme uvedli na trh v roce 2006,“ dodává majitel firmy Miroslav Kotík.

Společnost Coca-Cola oznámila výsledky za rok 2006

Z vybraných ukazatelů: Objem jednotkových balení za čtvrté čtvrtletí i za celý rok celosvětově vzrostl o 4 %. Vyvážený růst objemu jednotkových balení sycených nápojů činil 4 % a byl tak nejvyšší od roku 1998. Růst objemu jednotkových balení nesycených nápojů dosáhl 7 %. Mezinárodní objem jednotkových balení za čtvrtletí i za celý rok vzrostl o 6 %, k čemuž přispěl zejména 5% růst značky Coca-Cola. Zisk na akcii celoročně vzrostl o 6 % na 2,16 dolaru; po započtení položek ovlivňujících srovnatelnost zisk na akcii celoročně vzrostl o 9 % na 2,37 dolaru.

Shell a Lekkerland v Evropě spolu

Novou smlouvou stanoví společnosti Lekkerland GmbH & Co. KG a Royal Dutch Shell plc. rámcové podmínky evropské spolupráce. Jedná se přitom o dodávky přibližně do 2500 prodejen u čerpacích stanic Shellu v deseti evropských zemích. Výše obrátu podle této dohody činí na dobu pěti let více než 6 mld. eur. „Vzhledem k obrátu se jedná o největší smlouvu, kterou kdy Lekkerland uzavřel,“ říká Christian Berner, CEO firmy Lekkerland. Dohoda zahrnuje dodávku produktů, jako jsou cukrovinky, nápoje či tabákové výrobky a částečně také čerstvé a mražené potraviny. Smlouva platí pro Německo, Nizozemsko, Belgie, Švýcarsko, Rakousko, Lucembursko, (Pokračování na straně 3)

Palác Flóra se rozrůstá o nové obchody

Začátkem roku 2007 se Palác Flóra rozrostl o tři nové obchody. O prodejnu přírodní kosmetiky Body Basic, prodejnu lifestyle módy Timezone a bot Skechers a prodejnu obuvi Dorret. „Výběr nových obchodů, které se otevírají v našem nákupním centru, odpovídá požadavkům našich klientů. Ti kladou důraz na kvalitu a rozmanitost produktů, jež u nás nabízíme,“ říká marketingová ředitelka Paláce Flóra Šárka Bušková. Kromě toho mohou od začátku února návštěvníci využít novou službu připojení na internet přes Wi-Fi, která je zdarma poskytována ve 4. patře v PG Cyber Café.



Walmartu se podařilo zvýšit tržby

V souvislosti s dříve uskutečněným přechodem na periodu tzv. hospodářského roku pokrývajícího období od 1. června do 31. května následujícího roku zveřejnila společnost Walmart své výsledky za první pololetí aktuálního hospodářského roku 2006/07, tj. za měsíce červen až listopad 2006. Česká mateřská společnost Walmart dosáhla za toto období tržeb za prodej výrobků, zboží a služeb ve výši 761 mil. Kč, což představuje meziroční nárůst oproti srovnatelnému období loňského roku o 11 %.

„Dynamika růstu skupiny Walmart odpovídá našim plánovaným záměrům, a je tedy reálný předpoklad, že do konce hospodářského roku 2007/08 firma díky rychlému růstu farmaceutické výroby plně nahradí výpadek tržeb způsobený odprodejem divize nealkoholických nápojů. Ta se ještě v roce 2004 podílela na tržbách firmy celou polovinou,“ uvádí generální ředitel společnosti Tomáš Macura.

Rekordní Electrolux

V roce 2006 vzrostl celkový objem prodeje české divize skupiny Electrolux o 4,1 %. Na českém trhu má 4,5 milionu domácích spotřebičů.

Josef Bláha, generální ředitel společnosti Electrolux, k hlavním trendům a hospodářským výsledkům divize Electrolux domácí spotřebiče říká: „Máme za sebou další rekordní rok, a to v počtu prodaných výrobků i obratu a také v tom, že jsme rostli rychleji než celý trh. Zaznamenali jsme nárůst prodeje ve všech kategoriích, což je pozitivní signál toho, že po letech poklesu trhu došlo opět k jeho oživení. V roce 2006 jsme překonali magickou hranici 500 tisíc prodaných výrobků.“



Havana Club je nejrychlejší

Nejrychleji rostoucí značkou rumu v České republice je Havana Club, kterou v rámci skupiny Pernod Ricard distribuuje v ČR společnost Jan Becher – Karlovarská Becherovka. Z původního 12% podílu na trhu v roce 2000 dosáhla do roku 2005 na 35% podíl. Potvrzují to také abnormálně rostoucí prodeje. V roce 2002 se v ČR prodalo 58 tisíc litrů, ale v roce 2006 to bylo již 231,5 tisíce litrů. Každoroční nárůst prodeje mezi lety 2002 a 2006 tak dosahuje + 41,3 % (zdroj: IWSR).

Hotel & Spa Management

Nový odborný časopis pro profesionály
v hotelovém a lázeňském průmyslu



Objednejte si ZDARMA ukázkový výtisk na www.economia.cz/nazk

economia
OBSAH ROZHODUJE

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

(Pokračování ze strany 2)

Česko, Maďarsko, Polsko a Slovensko. Ve většině zemí již existuje dlouholeté obchodní spojení obou podniků. V Maďarsku a na Slovensku byla spolupráce poprvé zahájena na základě této rámcové smlouvy. Na základě této uzavřené smlouvy vstupují jednotlivé společnosti zemí do vzájemných dialogů o příslušné národní úpravě. Dodávky byly zahájeny 1. ledna 2007.

Unilever s férovou zmrzlinou

Značka Ben & Jerry's z koncernu Unilever přivedla na německý trh novou značku fair-trade.

Toto označení tentokrát ponese vanilková zmrzlina s čokoládovými kousky s příchutí toffee s názvem Vanilla Toffee Crunch. „Koncept fair-trade výrobků vystihuje jádro filosofie našeho podniku,“ vysvětluje krok Unileveru ředitel prodeje Ben & Jerry's v Německu Olaf Lange.

Personálie:

- David Krajný, dlouholetý šéf české pobočky amerického výrobce žvýkaček Wrigley, změnil kariéru. Na začátku února rezignoval na post středoevropského šéfa a jako majitel francízy realitní společnosti RE/MAX pro ČR a SR se bude věnovat soukromým obchodním aktivitám.
- Generální ředitel ústecké potravinářské společnosti Setuza František Janů ve své funkci skončil. Informoval o tom internetový server Aktuálně.cz. V souvislosti se změnou majitele firmy byl také odvolán z funkce předsedy představenstva Setuzy.
- Ve společnosti DHL Express (Czech Republic), poskytovateli expresních a logistických služeb, vznikla v rámci reorganizačních změn k 1. lednu 2007 nová divize Express Business Unit. Jejím ředitelem byl jmenován Luděk Drnec, dosavadní marketingový ředitel firmy.
- Novým předsedou dozorčí rady společnosti Unipetrol bude čerstvý šéf koncernu PKN Orlen Piotr Kownacki. Napsal to internetový server Euro OnLine. Na mimořádné valné hromadě Unipetrolu 5. března nahradí ve funkci Igora Chalupce, který na tento post v lednu rezignoval.
- Majitel společnosti AEC, Jiří Mrnušík, se od 8. února 2007 ujal jejího vedení. Navazuje tak na práci dosavadní ředitelky společnosti Aleny Rezníčkové.

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.