

Shopping Monitor CEE 2008

Na stále rostoucí oblibu moderních maloobchodních formátů, především hypermarketů a diskontů, ukázal mezinárodní průzkum spotřebitelského chování Shopping Monitor CEE 2008, který realizovaly společnosti GfK a Incoma v 11 zemích regionu (Bulharsko, Česká republika, Chorvatsko, Maďarsko, Polsko, Rumunsko, Rusko zastoupené Moskvou a Petrohradem, Srbsko a Černá Hora, Slovensko, Slovinsko a Ukrajina zastoupená Kyjevem)

Těžiště dynamického vývoje se přitom přesouvá ze střední Evropy na Balkán, nejvýraznější změny byly zaznamenány v Rumunsku.

Celkově 25 % spotřebitelů ze sledovaného regionu uvádí hypermarket jako své hlavní nákupní místo rychloobrátkového zboží; to představuje 32,7 milionu zákazníků (toto číslo zahrnuje jak přímé zákazníky, tak členy jejich domácností). Diskonty představují hlavní nákupní místo potravin již pro 18 % domácností. Diskontní řetězce vykazují dlouhodobý stabilní růst a postupně vytlačují z pozic supermarkety, kdysi vedoucí formát na trhu, jehož současný 21% podíl stačí již jen na celkovou druhou příčku.

Mezi jednotlivými zeměmi střední a východní Evropy samozřejmě existují značné rozdíly způsobené jak stupněm vývoje maloobchodní sítě, tak nákupními zvyklostmi místního obyvatelstva. Hypermarkety jsou nejvýznamnějším maloobchodním formátem v České republice, v Moskvě a Petrohradu, v Maďarsku a v Rumunsku. Supermarkety zase vedou v Chorvatsku, v Kyjevě, ve Slovinsku, Srbsku a na Slovensku. Diskontní prodejny mají silné pozice v Moskvě a Petrohradu, v Maďarsku, Polsku a v Čechách. Tradiční malé samoobsluhy jsou velmi populární v Polsku, na Slovensku a v Maďarsku, pultové prodejny převažují v Bulharsku.

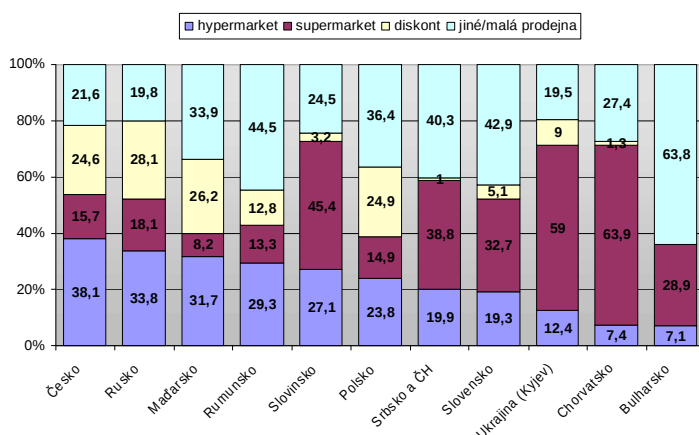
Výsledky studie ukazují na Rumunsko jako na trh s nejvyšší dynamikou transformace maloobchodní sítě. Zatímco se podíl pultových prodejen potravin na hlavním nákupním místě za poslední čtyři roky snížil o více než 50 % (z 51 % v roce 2003 na pouhých 22 % v roce 2007), popularita hypermarketových formátů naopak dramaticky vzrostla (ze 4 % v roce 2003 na 29 % v roce 2007). Obdobnou cestou jdou i diskonty, které v roce 2005 začínaly téměř od nuly a v roce 2007 už dosahují 13 % úrovně preferencí.

Nový prémiový likér Cordial

Společnost Jan Becher – Karlovarská Becherovka uvádí na český trh nový prémiový likér Cordial, který je kombinací extraktu z lipového květu, bílého vína převážně z českých zdrojů, maceřatů kořene fialky a karamelu. Od 1. března je tento především ženám určený výrobek v maloobchodní distribuční síti prodáván v hnědé láhvi typického tvaru firmy Jan Becher se zlato-hnědou etiketou. Zároveň je nabízen v balení 0,5 l, uvažuje se také o litrové láhvi a miniatuře. „Do konce roku 2008 chceme prodat 70 tisíc litrů tohoto likéru. Pomoci by nám kromě jiného měly distribuované letáky a ochutnávky,“ prozrazuje brand manažerka Dana Heinzová.



Hlavní nákupní místo potravin ve sledovaných zemích (v %)



Zdroj: Shopping Monitor CEE 2008, GfK + Incoma Research



VE 3. ČÍSLE NAJDETE:

- Obchodní řetězce a poplatky
- Jak se budí obr
- Léto v obchodech

Regal 3/2008 vyjde 12. března

Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

World Retail Congress 2008

Od 9. do 11. dubna 2008 proběhne v barcelonském Mezinárodním konferenčním centru CCIB Světový kongres obchodu 2008. Jedná se o nejvlivnější a nejprestižnější setkání svého druhu na světové úrovni. Během Kongresu, přesněji 10. dubna, budou předány World Retail Awards 2008. Organizátorem je Emap Communications. Exkluzivním mediálním partnerem kongresu pro český trh je časopis Regal. Více informací a přihlášky naleznete na oficiálních internetových stránkách kongresu www.worldretailcongress.com.



Vinařství Cono Sur je druhé

Vinařství Cono Sur, které bylo ještě před třemi roky na čtvrté pozici největšího exportéra chilských vín, dnes (po téměř 15leté existenci) dosahuje druhé příčky. Toto mladé a úspěšné vinařství stále více vyniká neotřelým přístupem a moderním pojetím. Úspěch Cono Sur je založen na opravdovém souznění s přírodou a vinicemi Nového světa. Hlavním mottem vinařství je „no family trees, no dusty bottles, just quality wine“.

Řepkový olej u sousedů boduje

Olivovému oleji roste velký konkurent, řepkový olej. Velké oblibě se v současné době těší v Německu a Rakousku. Jeho dobrou pověst tu šíří 100% řepkový olej Rapso rakouské společnosti VOG. V obou zemích se ho ročně prodá více než 36 milionů lahví a patří zde mezi nejžádanější jedlé oleje na trhu. „Svou roli přitom určitě hraje jeho kvalita,“

(Pokračování na stránce 2)

Kofola distribuuje Nescafé Xpress

Od 1. března zajišťuje společnost Kofola distribuci a prodej ledové kávy Nescafé Xpress 250 ml v České republice a na Slovensku.

S dosavadním distributorem, firmou Coca-Cola, se společnost Nestlé, výrobce tohoto výrobku, dohodla v celosvětovém měřítku ukončit spolupráci při jeho distribuci, a to k 29. únoru 2008. „Nescafé Xpress je pro nás v podstatě dalším rozšířením portfolia a zároveň zajímavou obchodní příležitostí v kategorii, kterou nepokrýváme vlastní výrobou,“ komentuje Jan Škoda, senior segment manažer Kofola Holding.

Pivovary Staropramen – rekordní prodeje

Celkové prodeje Pivovarů Staropramen za rok 2007 (bez zahraniční licenční výroby) činily 3,24 mil. hl piva, což představuje meziroční nárůst o 5,9 % a jedná se o nejvyšší prodeje v historii společnosti.

I přes velmi mírný růst celého českého pivního trhu se tuzemské prodeje společnosti Pivovary Staropramen v roce 2007 zvýšily o 4,7 % a dosáhly 2,55 mil. hl piva. „Nejlépe si vedla značka Staropramen, která meziročně narostla o 8,8 %, zaznamenala růst jak v segmentu lahvového piva, tak i na vysoce konkurenčním trhu točeného piva a zvýšila svůj tržní podíl. Významně se zvýšily také prodeje ležáku Stella Artois, který je jedničkou mezi zahraničními prémiovými značkami na našem trhu,“ říká Petr Dvořák, ředitel marketingu společnosti Pivovary Staropramen.

Na golf s poukázkou

Od února se do nabídky možností využití poukázek Ticket Sport&Kultura a Ticket Multi přidává také Golf Club Praha, který se společností Accor Services nově navázal spolupráci. Díky tomuto partnerství tak může každý obdarovaný využít nabízené služby tohoto golfového klubu také prostřednictvím poukázek.

Poukázky jako součást systému odměn pro zaměstnance se těší stále větší oblibě. Kromě výhod, které představují pro obě strany, nabízejí zaměstnancům svobodnou možnost výběru odměny a díky široké partnerské síti se mohou stát pevnou a výhodnou součástí odměňovacího systému.



Nová komunikační kampaň Hornbachu

Hobymarket Hornbach zahájil novou reklamní kampaň pro jarní sezonu 2008. Pod heslem „Je na Vás, jak to uděláte! Hlavně to udělejte!“ podněcuje k uplatnění individuality a kreativity a vzbuzuje chuť k realizaci velkých plánů v bytě, v domě či na zahradě.

„Nová televizní a rozhlasová kampaň s rozpočtem v řádech milionů korun startuje již začátkem března v České republice a v dalších evropských zemích, ve kterých má Hornbach zastoupení,“ komentuje uvedení nové kampaně Helena Ševčíková, marketingová ředitelka společnosti.

MVZ sjednotily vinařské provozy

Po téměř 80 letech končí výroba ve vinných sklepech v Hukvaldech a provoz stáčírny v Ostravě - Fifejdách. Uskupení Moravské vinařské závody (MVZ) přestěhovalo svoje vinařské provozy, které byly do té doby na více místech Moravy, do jednoho centra – zámeckého areálu královského vinařského města Bzenec. Tam nyní bude pokračovat výroba jakostních a příležitostových vín.

Pomohou mediátoři a speciální arbitráže

Od začátku dubna získají spotřebitelé nový způsob řešení svých právních sporů. Ministerstvo průmyslu a obchodu ve spolupráci s Hospodářskou komorou ČR a spotřebitelskými organizacemi odstartuje pilotní projekt, který umožní úspěšně řešit spory mezi spotřebiteli a podnikateli mimo soudní cestou.

Ministerstvo předpokládá, že pomocí mediace a arbitráže by se měly ročně vyřešit zhruba tři tisícovky sporů. Rychlejší a levnější forma řešení drobných sporů, která je obvyklá ve většině evropských států, v České republice doposud chyběla.

(Pokračování ze stránky 1)

říká key account manažer sekce Food společnosti VOG v ČR Roman Hálek. Ceněný je zvláště způsob výroby, při kterém nejsou používány žádné chemikálie. „Semena, z nichž se olej za studena lisuje, se navíc získávají z rostlin vybrané odrůdy řepky olejky, která se v Rakousku pěstuje na speciálních chráněných a kontrolovaných usedlostech. Rostliny nejsou ani nijak geneticky modifikované,“ dodává.

Canon stále evropskou jedničkou

Z výsledků posledního průzkumu agentury GfK vyplývá, že si společnost Canon vloni, tedy již šestý rok v řadě, udržela své postavení největšího evropského dodavatele fotoaparátů. Dominovala na trhu jak kompaktních digitálních fotoaparátů, tak i digitálních jednobokých zrcadlovek (SLR).

„Rok 2007 byl pro společnost Canon v Evropě neobyčejně úspěšný,“ říká Mogens Jensen, vedoucí Canon Consumer Imaging, Europe. „I přes silící konkurenci se nám podařilo uhájit vedoucí pozici. Špičková kvalita obrazu produktů Canon je pro fotografy všech úrovní rozhodujícím faktorem při nákupu.“

Puma a Ducati – kompletní kolekce

Společnost Puma a její motoristický partner Ducati navazují na uvedení obuvi Borgo Panigale loni na jaře a v březnu představí obuv Ducati Testastretta a k tomu ještě první kolekci oděvů řady Ducati. Tato lifestyle obuv vychází z legendárního motoru Testastretta v motocyklu Monster Superbike a vypůjčuje si různé prvky z funkční motocyklové obuvi. Model Testastretta doprovází oděvní kolekce Puma Ducati, mezi jejíž základní modely patří vojenská čepice, polo košile a šortky. Styl je inspirován soutěží Moto GP, která je vidět na celé kolekci.

DB Schenker v Americe

Společnost DB Schenker oznámila výstavbu nového logistického centra, která začala slavnostním položením základního kamene na mezinárodním letišti Dallas Fort Worth International Airport (DFW). Přibližně 19 tisíc m² provozní plochy určené pro manipulaci s mezinárodními leteckými zásilkami, překládku a distribuci po amerických národních linkách, má být uvedeno do provozu na podzim letošního roku. Nové logistické centrum zdvojnásobí stávající kapacity BAX Global a DB Schenker na mezinárodním letišti DFW.

ODBORNÁ KONFERENCE O PŘÍLEŽITOSTECH V OBCHODU S BIOPOTRAVINAMI



27.3.2008, Průmyslový palác, Výstaviště Holešovice, Praha

Získáte nové poznatky, návody, případové studie, neocenitelné zkušenosti a kontakty!

INFO & ON-LINE REGISTRACE: www.biosummit.cz

Marionnaud Parfumeries si vybrala

Síť Marionnaud Parfumeries, která působí na českém trhu od roku 2004 a v současné době má bezmála padesát prodejních míst v patnácti městech po celé České republice, si pro komunikaci svých značek i korporátní PR vybrala agenturu Privilege PR. Kromě parfémů světových značek (Max Mara, Trussardi, Boucheron, Jesus del Pozo a další) nabízí síť Marionnaud Parfumeries také luxusní dekorativní, tělovou i vlasovou kosmetiku.

Avion Shopping Park Brno expanduje

V uplynulém roce navštívilo Avion Shopping Park (ASP) 6,3 milionu zákazníků, což je o 124 tisíc více než v roce 2006. Celkový obrat ASP byl v loňském roce 3,143 mld. Kč, v roce 2006 to bylo 3,022 mld. Kč. V této chvíli jsou v plném proudu stavební práce na rozšíření obchodního domu IKEA.

Ze současných 12 tisíc m² se rozroste na 26 tisíc m² a v ASP tak bude ještě letos stát největší prodejna IKEA v ČR a SR. „Do budoucna plánujeme další fáze rozvoje, v nichž mimo jiné zvětšíme obchodní pasáž nebo revitalizujeme pasáž stávající,“ prozrazuje ředitel centra Avion Shopping Park Tomáš Duroň.

Ostravar vstupuje na trh plechovkového piva

Značka Ostravar rozšiřuje své portfolio výrobků o pivo v plechovce. „Vycházíme vstříc poptávce našich spotřebitelů, kteří stále více preferují tento typ balení,“ uvádí Pavel Barvík, manažer značky Ostravar. „Do plechovek budeme stáčet Ostravar Originál, který spotřebitelé v segmentu baleného piva preferují,“ doplňuje. Uvedení na trh bude provázet reklamní kampaň „Valíme ven“ s podtitulem „Vem s sebou na cesty Ostravar v plechu.“



Intersnack – řízený sklad v plném provozu

Společnost Barco, integrátor v oblasti RFID a čárových kódů, dokončila implementaci Warehouse Management Systému SmartStock.WMS ve společnosti Intersnack. Po několikaměsíčním testování byl systém předán do rutinního provozu a řídí veškeré skladové operace v novém distribučním centru v obci Choustník.

„Od nasazení systému očekáváme výrazný posun v přesnosti práce skladníků a minimalizaci chyb při naskladňování a vychystávání zboží,“ shrnuje očekávání Zdeněk Šíbl, manažer logistiky společnosti Intersnack.

Češi jsou optimisty a věří internetu

Z mezinárodní studie Barometr Cetelem 2008, která srovnává názory a postoje spotřebitelů v evropských zemích, vyplývá, že Češi vnímají svou situaci optimisticky. I když většina očekává zvýšení svých výdajů, chystají se zároveň i více spořit. Češi věří internetu – téměř čtvrtina (24 %) jich nakupuje jak na webových stránkách kamenných prodejen, tak v čistě internetových obchodech.

Jsou tak v těsném závěsu za Itálií (27 %) a přibližují se průměru evropských zemí (28 %). V nákupech na internetu vede v České republice na rozdíl od ostatních evropských zemích tzv. bílá a černá technika, tedy domácí spotřebiče a spotřební elektronika, za nimi následuje oblast volného času a cestování, která je oblíbená v celé Evropě.

Čtěte časopis REGAL!

Ukázkový výtisk ZDARMA si můžete objednat na internetové adrese

<http://ib.ihned.cz/predpl/a/nazk.php?tit=RE>



Evropa pro globalizaci

Z výsledků posledního průzkumu UPS Europe Business Monitor vyplývá, že většina vrcholových představitelů společností v Evropě podporuje globalizaci. Více než šest z deseti respondentů vnímá globalizaci jako faktor pozitivně ovlivňující jejich obchodování. Průzkum nicméně ukázal, že další velkou výzvou pro přední evropské společnosti je globální konkurence. Tu zmiňuje téměř polovina všech respondentů (48 %) jako překážku dalšího obchodního růstu číslo jedna – je největší obavou respondentů ve Francii a Španělsku (v obou zemích ji shodně uvedlo 54 % respondentů).

MIPIM 2008

Ve dnech 11. až 14. března 2008 se ve francouzském Cannes uskuteční 19. mezinárodní realitní veletrh MIPIM. Organizátoři letos očekávají více než 28 tisíc účastníků, včetně 6744 registrovaných společností, 2288 vystavovatelů a 1430 investorů z 85 zemí z celého světa. Mimo jiné se bude 12. března v auditoriu Esterel ve Festivalovém paláci konat konference na téma „Situace & konkurence v západoevropských a východoevropských městech a jejich perspektivy.“ Bude ji moderovat Jean-François Ott, prezident a CEO Orco Property Group, která je realitním investorem, developerem správcem nemovitostí a investičních fondů působící na realitním a hotelovém trhu ve střední Evropě.

Unilever převzal další část parku

Společnost Unilever oficiálně převzala 10 500 m² moderních průmyslových prostor v ProLogis Parku Piotrków. Správu bude mít na starosti firma Kuehne + Nagel. Od roku 2003 má Unilever v tomto logistickém parku v nájmu přibližně 40 tisíc m². Expanze společnosti, rostoucí odbyt a neustálé uvádění nových výrobků na trh vedlo k rozhodnutí rozšířit stávající skladovací prostory. Základní kámen projektu byl položen 18. července 2007 a o čtyři měsíce později byla uskladněna první paleta se zbožím. Po rozšíření bude sklad disponovat 50 500 m² a pojme 67 500 palet.

Personálie

• Od března 2008 se stala novou generální ředitelkou společností Tchibo Praha a Tchibo Slovensko Jana Budíková. Pozici převzala od Artura Starka, který se po pěti letech vrátil do své rodné země a postoupil na pozici generálního ředitele Tchibo Varšava. Jana Budíková dříve působila ve společnostech Johnson & Johnson, Allied Domecq a Maxxium Deutschland.