

line REGAL

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 28/08, 26. 8. 2008

Český maloobchod se nasycuje

Zlaté časy českého retailu, kdy v podstatě každý projekt byl úspěšný, skončily. Podle poradenské společnosti DTZ nasycení trhu v Praze i v mnohých regionálních městech začínají pociťovat také sami developéři. Někteří proto expandují na Ukrajinu, do Ruska nebo do Rumunska, kde sílí poptávka obyvatel po spotřebním zboží. „Podobné zpomalení expanze v České republice vidíme také u mnohých nájemců. Řada z nich již splnila minimální počet provozoven pro tuto oblast, proto i díky velké nabídce projektů tyto firmy důsledněji zvažují, kde otevřít novou provozovnu a spíše se zaměřují na fungování stávajících prodejen,“ říká Petr Valenta, expert na segment retailu v DTZ. Právě na tuto firmu se obrací stále více maloobchodních subjektů i developérů s požadavkem na přípravu vstupu na východní trhy. Český retail se musí vyrovnat s tím, co polohlasem tvrdí už delší dobu mnozí znalci: obchodníky čeká tvrdší konkurenční boj a možné problémy části obchodních center. „Rozhodně to neznamená útlum celého odvětví. Vždyť například značky Burger King nebo Starbucks se v ČR teprve etabloují a další významní hráči formátu Praktiker zde nadále chybí,“ doplňuje Petr Valenta.



Analytici DTZ potvrzují, že úspěšné obchodní centrum mimo jiných zásadních aspektů musí pokrývat nájemci tyto oblasti: potraviny, módu, sport, elektro a gastro. Nadále platí, že podmínkou úspěchu je přítomnost hypermarketu, dobré umístění a dostupnost centra, viditelnost a rozdílnost od ostatních center. Pro developery je ovšem stále složitější získat pro své projekty kvalitní nájemce, kteří přitáhnou pozornost zákazníků. Příchod nových značek na český trh stále trvá. Nicméně je natolik nevýrazný, že nemůže pokrýt nabídku volných ploch v nových projektech, které se připravují nebo realizují. Kumulace konkurenčních projektů a omezený počet zákazníků může zkomplikovat situaci především v regionech, kde příjmy nedosahují pražského průměru. Podobná situace nastává například v Liberci, kde k dvojici rekonstruovaných a rozšířených obchodních center (Géčko, Nisa) přibudou projekty developérů ECE, Multi a Plaza. „Vzhledem k počtu 100 tisíc obyvatel Liberce a celkové spádové oblasti čítající maximálně 400 tisíc obyvatel můžeme říci, že ne všechny zmíněné projekty budou úspěšné,“ předpovídá Petr Valenta. Dodává, že odlišení jednotlivých center bude především jejich koncepty, velikostí, hlavním nájemcem pro potraviny a tím pádem i zaměřením na cílového zákazníka. V případě, že se očekávání developera či nájemců nepotkají s realitou, musí rychle reagovat asset management obchodního centra. „Správný asset manager přemýšlí dopředu, uvažuje o rozšíření centra, o doplnění chybějících nájemců tak, aby právě jeho projekt měl v dané lokalitě neotřesitelnou pozici. Pokud ale k takové situaci dojde, je třeba společně s nájemci komunikovat veškeré výhody, které centrum nabízí, komunikovat kompletní nabídku, a zacílit marketingovou komunikaci na jednotlivé segmenty zákazníků,“ říká Martin Kubík, ředitel oddělení Asset & Property Managementu v DTZ.

TÜV SÜD Czech – partner soutěže Prodejna roku 2008

Do soutěže hodnotící nezávislé maloobchody se společně s vydavatelstvím Economia (časopis Regal) a společností Makro Cash & Carry ČR zapojila i firma TÜV SÜD Czech. Ta působí v oblasti inspekcí, certifikací a testování výrobků, služeb, procesů a systémů. Cílem zapojení auditorů této firmy do hodnocení je odborné posouzení přihlášených prodejen z pohledu plnění legislativních požadavků, jejichž nedodržení by mohlo znamenat ohrožení zdraví a práv koncového spotřebitele. Ověřována bude bezpečnost a hygiena prodejny, kvalita a bezpečnost produktů a chování personálu s ohledem na kvalitu služeb a spokojenost zákazníka. Při posuzování prodejen auditori využijí dotazníků, které jsou podkladem Certifikované služby pro obchodní řetězce, zkušeností ze zapojení do projektu MF Dnes – hodnocení hyper- a supermarketů (květen 2008) a mezinárodních zkušeností TÜV SÜD Group se spoluprací s Metro Cash&Carry, Lidl, Plus, Penny Market atd. Prodejny, které postoupí do 2. kola, budou ověřovány v rámci tzv. mystery shoppingů na základě dotazníků rozdělených pro food a nonfood. Metodika bude zahrnovat nejen požadavky společné pro všechny prodejny těchto dvou kategorií, ale i zaměření na specifický sortiment a legislativní požadavky vyplývající z jeho prodeje.



V 8. ČÍSLE NAJDETE:

- Golfový trh
- Návrat do středu města
- Impulsní zboží

Regal 8/2008 vyšel 13. srpna
Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Svět balení v Paříži – Emballage '08

„Business, Inovace, Perspektiva“ jsou hesla ke vstupu na 38. ročník Mezinárodního veletrhu obalů a obalové techniky, který proběhne od 17. do 21. listopadu 2008 v Paříži. Očekává se více než 100 tisíc návštěvníků, z toho 40 % ze zahraničí, respektive ze 142 zemí. Hlavní lákadla pro odborníky tvoří: bohaté zastoupení a víceoborová organizace v zájmu všech odvětví, mezinárodní rozměr, předvádění strojů za chodu, odhalení nových tendencí Pack a 2 200 společností – 53 % z nich s mezinárodní nabídkou. Obaly a nádoby budou tvořit 40 % nabídky, o 60 % se postarají stroje, zařízení a související služby. Zahraniční stánky budou mít: Belgie, Česko, Čína, Nizozemsko, Portugalsko, Španělsko, Tchaj-wan a Turecko.

D.I.C. – expanze pokračuje

Společnost Diamonds International Corporation (D.I.C.) otevřela 19. července v pořadí již druhý exkluzivní obchod, diamantový showroom v Bělehradě, hlavním městě Srbska. Navazuje tak na expanzi v rámci středoevropského trhu. První z řady luxusních showroomů byl otevřen loni v Bratislavě, otevření dalšího se chystá v nejbližších dnech také v Praze. Diamonds International Corporation je ryze česká firma, jejíž dceřiné společnosti se nacházejí na Slovensku, v Polsku, Belgii, Srbsku, Chorvatsku, Bulharsku, Rumunsku, na Ukrajině a v Hong Kongu.

Proximity BBDO bodovala

Celkem pět ocenění získala belgická pobočka agenturní sítě Proximity Worldwide na soutěži Best of Activation Awards v Belgii. Ve (Pokračování na stránce 2)

Nový člen POPAI Central Europe

Členská základna středoevropské pobočky POPAI se rozšířila o nového člena, společnost IMIGE Czech Republic. Tato firma je poskytovatelem reklamních řešení určených do in-storu a indooru. Zahájila svou činnost v roce 1997 a od té doby rozšířila své působení na celou řadu významných segmentů trhu. Patří mezi ně maloobchodní řetězce, čerpací stanice a vysoké i střední školy, nově také společnost Electro World.

Velká podzimní soutěž s Otmou

Společnost Hamé chystá promoční soutěž pro všechny příznivce a milovníky kečupů a hotových omáček značky Otma. Od září firma spouští soutěžení o řadu cen s partnery – společnostmi Chevrolet a Sony. Promoce ponese název „S Otmou vyhraďte až 20x nový Chevrolet Aveo + HDD kamery a Hi-Fi systémy Sony!“. Každý, kdo si v období 15. 9. – 14. 11. 2008 zakoupí dva promočně označené výrobky Otma a pošle SMS s unikátními kódy z obalů výrobků, může postoupit do velkého finále a hrát o zmíněné ceny. Soutěž bude mediálně podpořena novým TV spotem i inzercí, v regálech budou všechny promoční výrobky výrazně označeny, spolu s jasným návodem, jak se soutěže zúčastnit. Chybět nebudou ani další POS materiály a ochutnávky.



Studenti mají rádi slevy knih

Studenti jsou pro prodejce a poskytovatele služeb čím dál zajímavějšími zákazníky. O tom svědčí stovky firem v ČR, které se během posledních let zapojily do mezinárodního slevového systému ISIC určeného právě studentům. Ten má dnes 220 tisíc držitelů. Do nejoblíbenější trojice poskytovatelů slev karet ISIC za rok 2007 patří např. knihkupectví Neoluxor. Během 2,5 roku jeho fungování v systému ISIC využili studenti nákup knih více než 357tisíckrát.

„Od minulého září do letošního června se v Neoluxoru uskutečnilo již 174 tisíc studentských nákupů se slevou,“ potvrzuje Jiří Bilek, manažer knihkupecké sítě Neoluxor, kde studenti nejvíce kupují učebnice angličtiny, odbornou literaturu pro rozvoj osobnosti a beletrii.

Víno Rich Prosecco exkluzivně v Intersparu

Obchodní řetězec Interspar se rozhodl představit svým zákazníkům novou nabídku produktů, které bude možné koupit exkluzivně pouze v hypermarketech Interspar a supermarketech Spar. Jedním z prvních výrobků bude perlivé bílé suché víno značky Rich Prosecco. Vyznačuje se čerstvým, řízným a jemně kořeněným buketem. Jemné hrozny prosecca se podle staré tradice zušlechťují na frizzante, perlivé víno s nepatrným obsahem kyseliny uhličitě, na dráždivé Rich Prosecco. Perlivé víno značky Rich Prosecco se prodává netradičně v 0,2 l plechovkách.



Tissot Retail Event – Moto GP 2008

Na srpen připravila společnost Gubernia retail projekt v OC Olympia Brno. Před obchodem Details, který patří do maloobchodní sítě společnosti Hibernia, byl v celém prostoru centrálního kurtu postaven prezentační stánek Tissot včetně speciálního nábytku – dotekového přístroje, na kterém si návštěvníci mohli vyzkoušet různé modely hodinek Tissot. Dále byla k dispozici Playstation s hrou MotoGP. V hlavní části dne byl vždy vyhlášen závod, ze kterého si výherce odnesl ceny od Tissotu. Během celého týdne (11. – 17. 8.) byly k dispozici hostesky a odborný personál, který zákazníky informoval o aktuálních modelech hodinek Tissot. K nahlédnutí byla i limitované edice Tissot MotoGP 2008.

Penam přichází s novou řadou biopečiva

Značka Penam představila novou řadu biopečiva, která zahrnuje výrobky z pšeničné, žitné a celozrnné biomouky – chléb, housky, plitence a další pečivo. „V nabídce naleznete jak klasický chléb, tak celozrnné výrobky a dokonce i sladké pečivo, tak aby si každý zákazník mohl vybrat dle své chuti,“ říká Hana Kamińska, marketingová ředitelka společnosti Penam. Tyto produkty, které jsou vyrobeny ze surovin pocházejících z ČR, Německa a Rakouska, nabízí firma maloobchodníkům již od června.

Zatím jsou k dostání v prodejnách sítě Tesco a další jednání o rozšíření distribuce probíhají. Podporu prodeje kromě jiného zajišťuje spolupráce s dietoložkou Monikou Divišovou, inzerce, web bannery na serverech pro ženy, propagační akce a internetové stránky Penamu.



(Pokračování ze stránky 1)

spolupráci s dalšími dvěma agenturami ze sítě BBDO, VVL BBDO a Navajo BBDO, si agentura odnesla dvě zlaté a jednu bronzovou cenu za kampaň pro Pepsi 4 Max, další dvě stříbrné potom získala za práci pro automobilku Dodge při vstupu na belgický trh a za akci pro banku KBC. První kampaň se opírá o klasickou hru „4 v řadě“, která funguje na principu piškvorek. V kampani pro banku KBC, která v ČR vlastní ČSOB, mladým klientům agentura nabídla možnost zažít některý z oblíbených hudebních festivalů v kůži opravdové hvězdy.

ProLogis: pronájem v Rumunsku

ProLogis, vlastník, správce a developer logistických nemovitostí, oznámil, že v Rumunsku pronajal 19 600 m² moderních průmyslových prostor společnosti Centrum Logistics. Tento evropský poskytovatel logistických služeb je dceřinou společností Groep H. Essers, dopravní a logistické firmy se sídlem v Belgii. Centrum Logistics bude využívat prostory v novém distribučním centru, které v současné době vzniká v ProLogis Parku Bukurešť A1, jenž se nalézá blízkosti dálnice mezi Bukurešť a Litečtí. „Jsme opravdu rádi, že jsme uzavřeli tuto transakci. Naše portfolio v Rumunsku stojí na pevných základech a je strategicky výhodně umístěno,“ uvedl Vlad Dumitrescu, ředitel ProLogis Rumunsko.

UPS pro DHL v Severní Americe

Společnost UPS oznámila, že bude spolupracovat s americkou pobočkou firmy DHL Express. Podle dohody bude zabezpečovat přepravu všech expresních, běžných i mezinárodních zásilek na území USA a s doručením v danou dobu. UPS bude také přepravovat zásilky firmy DHL na trasách mezi Spojenými státy, Kanadou a Mexikem. K podpisu závazné smlouvy by mělo dojít během tohoto roku. Již nyní se však očekává, že smlouva o spolupráci s DHL zajistí společnosti UPS na dobu deseti let roční příjem v hodnotě 1 mld. dolarů. Společnost uvedla, že v roce 2008 bude přepravovat omezený objem zásilek.

MasterCard Europe roste

MasterCard Worldwide oznámil své provozní výsledky v evropském regionu za druhé čtvrtletí letošního roku. V meziročním porovnání vykázal evropský region dvojciferný růst hrubé dolarové hodnoty transakcí realizovaných kartami MasterCard (17,8 %), objemu plateb u obchodníků (18,6 %), počtu nákupních transakcí (13,7 %), počtu výběrových transakcí (11,6 %) i počtu nově vydaných karet (16,5 %). K 30. červnu 2008 vydaly partnerské finanční instituce v Evropě celkem 191 milionů karet MasterCard (bez značek Maestro a Cirrus). Ve druhém čtvrtletí uskutečnili držitelé karet přes jednu a půl miliardy nákupních transakcí a karty MasterCard bylo možné použít na 7,7 milionu akceptačních míst v evropském regionu.

Cenová kampaň Alberta pokračuje

Od 13. srpna pokračuje v prodejnách Albert cenová kampaň „Věřte nízkým cenám“. Jejím cílem je zvýšit povědomí zákazníků o široké nabídce kvalitního zboží za nízké ceny. „Nová komunikační kampaň je opět založena na kontrastu neuvěřitelného příběhu a uvěřitelných trvale nízkých cen v prodejnách Albert. V této kampani se neuvěřitelné příběhy zaměřují na zálibu mužů v praní prádla,“ informuje Libor Kytýr, ředitel komunikace prodejen Albert a Hypernova. Zákazníci mohou v prodejnách Albert za výhodné ceny pořídit např. čerstvé pečivo či balené potraviny.

Chomutov – stavba nového obchodního komplexu

Developerská skupina Crestyl zahajuje stavbu nové dvoupodlažní obchodní galerie Central Chomutov. Její otevření se plánuje před Vánoci 2009 a obyvatelům města nabídne na prodejní ploše 4400 m² přibližně 20 maloobchodních jednotek a 52 parkovacích míst na střeše budovy. Nový komplex bude také zahrnovat rezidenční část s 20 byty, jejichž stavba bude zahájena v nejbližších měsících. Celkové náklady projektu činí 310 mil. Kč. Prodejní plocha obchodního centra je v současnosti již z 88 % pronajata. Mezi největší nájemce patří módní značky New Yorker a C&A, obuv Reno a dm drogerie. Vedle těchto obchodů tu ale zákazníci najdou například i optiku.

Starbucks má novou kavárnu

Společnost Starbucks a její joint-venture partner AmRest otevřely 19. srpna již šestou kavárnu v Praze. Nachází se na Staroměstském náměstí v nárožním domě číslo 26. Tato lokalita odráží filozofii společnosti otvírat kavárny Starbucks tam, kde je zákazníci chtějí a očekávají. „Je pro nás čest nabídnout kávu Starbucks přímo na Staroměstském náměstí, v srdci Starého Města,“ tvrdí Jakub Štěpánek, ředitel provozu Starbucks pro Českou republiku, Polsko a Maďarsko.



Společnost Plastia zná vítěze soutěže

Společnost Plastia, spolu s odborníkem na pěstování rostlin Jiřím Špaňhelem a meteoroložkou Alenou Zárybníkovou, vyhlásila 12. srpna vítěze soutěže o nejkrásnější truhlík, terasu či balkon. Je jím František Říha z Prostějova, který získá zájezd do Holandska za květinami pro dvě osoby. „Soutěžící měli za úkol osázet podle svých představ a fantazie samozavlažovací truhlíky květinami, ozdobit si tak svůj balkon, terasu či okna v období nejbohatšího nárůstu a vyfotit,“ říká Lenka Novotná, jednatelka společnosti Plastia.

Canon – 100milionový fotoaparát

Společnost Canon oznámila, že expedovala svůj 100milionový digitální kompaktní fotoaparát. V upomínku na tento významný milník fotografie bude vyroben jubilejní model ve speciálním barevném provedení. Počínaje fotoaparátem PowerShot 600 z roku 1996 uvedla firma v celosvětovém měřítku na trh celkem 106 modelů. „Jsme potěšeni, že se nám podařilo v produkci fotoaparátů dosáhnout takto významného mezního počtu,“ říká Mogens Jensen, vedoucí divize Canon Consumer Imaging, Europe. „Společnost Canon se zavazuje k vývoji nových technologií a designů, které každému umožní zachytit ty nejcenější okamžiky,“ doplňuje.

Další expanze BBN na východ

Mezinárodní marketingová síť BBN oznámila přijetí nové marketingové agentury, tentokrát z Rumunska. Je to již čtvrtý „nováček“ mezinárodní sítě v tomto roce. Agentura Imagistica Advertising sídlící v Cluj-Napoca, severozápadní Transylvánii, byla založena v roce 2005 jako fullservisová agentura zabývající se od webdesignu, přes produktové obaly až po klasickou reklamu. V portfoliu B2B a B2C klientů je např. Skoda Romania nebo nákupní centrum Mechel a Polus.

Personálie:

- Tým nadnárodní společnosti APM Global Logistics, fungující prostřednictvím svých značek Damco a Maersk Logistics, posílili v průběhu léta dva noví manažeři, odpovědní za středoevropský cluster (ČR, SR a Maďarsko). Na pozici cluster HR manager nastoupila Jiřina Kudláčková, na pozici cluster finance manager přišel Rogier Thuijs.
- Zasilatelská společnost United Parcel Service Czech Republic (UPS) jmenovala Michala Zapletala novým obchodním ředitelem pro oblast České republiky. Bude odpovědný za naplňování obchodní strategie, marketingovou podporu rostoucích aktivit firmy na uvedených trzích a vztah s klíčovými klienty.
- Antonín Brož převzal regionální pozici 4CE/CZ channel director – distribution společnosti Canon. Dříve působil jako general manager v distribuční společnosti, v Canonu bude odpovědný za prodejní aktivity tohoto kanálu jak na úrovni 4CE tak i na lokální úrovni ČR.
- Od začátku srpna nastoupil na pozici obchodního ředitele pro partnerský kanál společnosti Dell Computer v České republice Peter Klein. Bude řídit nově otevřený prodejní kanál v ČR se zaměřením na trh menších a středních podniků. Mezi jeho kompetence bude patřit plánování a dohled nad prodejními strategiemi a partnerským programem.

Časopis REGAL společně s MAKRO Cash & Carry ČR

vyhlašuje III. ročník
soutěže pro
nezávislé maloobchodníky

**PRODEJNA
ROKU '08**

Více na www.prodejnaroku.cz

REGAL

makro