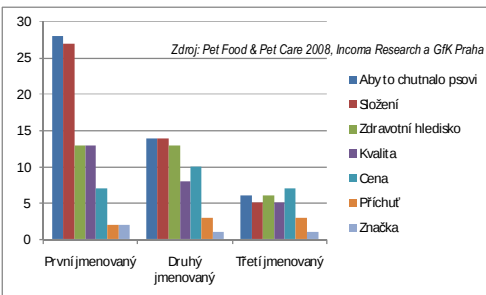


## Češi jsou zodpovědní chovatelé

Letos poprvé přichází společnost Incoma Research ve spolupráci s GfK Praha se studii Pet Food & Pet Care 2008 zabývající se chovateli domácích zvířat z pohledu jejich preferencí, druhu chovaného zvířete, socio-demografické struktury, nákupního chování, rozhodovacího procesu a hodnocení prodejních míst.

Čeští chovatelé se k chovu svého domácího zvířete staví velmi zodpovědně, čemuž nasvědčují i jejich nároky na kvalitu a složení krmiva. Důležitým, nikoliv však rozhodujícím faktorem při výběru krmiva označili chovatelé také cenu. Mezi třemi nejvíce jmenovanými značkami se u krmiva pro psy umístily Pedigree, Chappi a Acana, u krmiva pro kočky Whiskas, Friskies a Kitekat.

Co je pro Vás nejdůležitější při výběru krmiva pro psa? (v %)



| Nákup krmiva přes internet | (v %) |
|----------------------------|-------|
| Nevyužívá                  | 92    |
| Má s tím zkušenosti        | 7     |
| Uvažuje o tom do budoucna  | 1     |

dostupnost prodejny, možnost nákupu krmiva společně s běžným nákupem a širší sortimentu, který je nabízen. V současné době nevyužívá možnosti nákupu přes internet celých 92 % chovatelů. Pouhých 7 % tyto zkušenosti má. Zbýlé 1 % o tomto způsobu nákupu uvažuje do budoucna.

## Zájem o nejlepší maloobchodní nemovitosti trvá

Poslední vydání European Retail Marketbeat společnosti Cushman & Wakefield (C&W) uvádí, že nájmy v nejlepších maloobchodních prostorách zůstávají stabilní ve všech podsektorech a ve všech českých městech kromě Prahy. V Praze se nájmy na nejprestižnějších ulicích během třetího čtvrtletí mírně zvýšily, patrně díky velmi silné poptávce ze strany retailerů v oblasti módy. Roční růst nájmu v Praze je nyní těsně pod hranicí 6 %.

Nedostupnost kvalitních prostor na hlavních ulicích v menších městech nutí maloobchodníky hledat jiná řešení, např. úspěšné retailové parky. Ke konci října bylo v ČR otevřeno pět menších nákupních center s celkovou plochou asi 77 tisíc m<sup>2</sup>. Do konce roku se počítá s dokončením dalších asi 160 tisíc m<sup>2</sup> ploch v nákupních centrech (včetně jednoho outletu).

„Očekáváme, že trh s nájemními prostorami si povede i v blízké budoucnosti dobře. Ekonomika sice vstoupila do období pomalejšího růstu, ale podle prognóz pro příští dva roky se udrží nad evropským průměrem. Vzhledem k celosvětové finanční krizi, která potenciálním investorům neposkytuje dostatek zdrojů, bude investiční aktivita v roce 2008 nejspíš omezená. Výnosy z hlavních tříd a nákupních center by měly zůstat ke konci roku 2008 poměrně stabilní,“ říká Martin Žižala, vedoucí maloobchodního týmu C&W v ČR a SR.

## Klubový diskusní večer Franchise Clubu

Ve středu 12. listopadu se v klubu podnikatelů Golem Club (Praha 1, Staré Město, Na Perštýně 18) od 18 hodin uskuteční 20. klubový diskusní večer Franchise Clubu. Jeho tématem bude franšíza Novák maso-uzeniny – spolupráce v podnikání „na druhou“.

„Hostem tentokrát bude Petr Poskočil, který se franšizingu věnuje jako ředitel sítě potravinářských prodejen Novák maso-uzeniny a má na výhody a nevýhody této formy podnikání svůj vyhraněný osobní názor,“ říká Jaroslav Tamchyna, prezident a zakladatel Franchise Clubu. Petr Poskočil přizval také jednoho z držitelů franšizové licence, aby společně diskutovali a odpovídali na otázky o franšizingu jako stylu podnikání i života, o „rodinných vztazích“ mezi franšízorem a franšizantem, o výběru, výchově a motivaci zaměstnanců nebo o tom, proč byl německý koncept pojmenován nejčastějším českým příjmením. Součástí večera bude ochutnávka specialit Novák maso-uzeniny. Více na [www.ifranchising.cz](http://www.ifranchising.cz).



## V 10. ČÍSLE NAJDETE:

- Prodejna roku '08
- Externí osvětlení obchodů
- Luxusní a exotické potraviny

Regal 10/2008 vyšel 16. října  
Předplatné na [www.eregal.cz](http://www.eregal.cz)

**economia**  
OBSAH ROZHODUJE

## Nový gin Beefeater 24

Na slavnostním mezinárodním ceremoniálu, který se uskutečnil v prostorách londýnského Syon House, domu Vévody z Northumberlandu, představila společnost Beefeater Gin nový gin s názvem Beefeater 24. Je výsledkem téměř dvou let trvajících experimentů Desmond Payneho, mistra v destilaci ginu. Vyrábí se v srdci Londýna z dvanácti ručně vybíraných rostlin a směsí vzácných čajů.

Při projevu na premiéře Desmond Payne řekl: „Nadšení pro vytvoření tohoto nového nápoje bylo opravdu nakažlivé. Pokusy s novými rostlinami, jako je japonský čaj sencha, vzácné druhy čínských čajů a kůra z grapefruitu přinesly své ovoce. Konečným výsledkem je nový londýnský gin, který dělá skutečně čest městu, ze kterého pochází.“

## Zlato pro zelenou kuchyni Whirlpool

Společnost Whirlpool vyhrála již podruhé za sebou zlatou cenu v soutěži designu Spark Awards. Letošní vítězství jí zajistil koncept nové ekologické kuchyně s názvem Greenkitchen. Tento ekosystém optimalizuje energii a další zdroje. Jeho cíl je jasný: pomoci spotřebitelům dosáhnout udržitelné úrovně bydlení zohledněním ekologických benefitů, jako jsou adaptace, snižování a recyklace.

Cena byla vyhlášena při slavnostním udílení cen Sparks, které se konalo začátkem října v americkém San Francisku.

Ocenění Spark se uděluje inovativním designovým návrhům, u nichž se hodnotí taková kritéria, jako je udržitelnost, účinnost, kontext, zpracování, invence, univerzálnost a estetika.

## Společnost Espresso má velké plány

Společnost Espresso, která v ČR od roku 2002 oficiálně zastupuje například značku čajů Dilmah, výrobce profesionálních kávovarů firmu Faema a společnost Lavazza, největšího italského producenta kávy espresso, si do dalšího období klade vysoké cíle. Majitel a jednatel firmy Ivo Moravec říká: „V rámci českého, velice konkurenčního trhu, kde působí zhruba sedmdesát italských značek kávy, se v budoucnu chceme přiblížit pozici, kterou má značka Lavazza v Itálii. Pomoci by nám k tomu měla naše obchodní síť s pobočkami v Ostravě, Brně, Karlových Varech a Českých Budějovicích a tým obchodních zástupců působící po celé republice. Naše firma spolupracuje s předními hotely a špičkovými restauracemi a usiluje o to, aby se v síti velkoobchodů i maloobchodů co nejvíce rozšířily produkty všech námi zastupovaných značek.“

## Gambrinus představuje jedenáctku Excelent

Značka Gambrinus rozšiřuje své portfolio o Gambrinus 11° Excelent. Podle Jana Hlaváčka, vrchního sládky této značky, se od konkurenčních jedenáctek odlišuje plnější chutí danou přidáním karamelového sladu a především dávkováním chmele. „Gambrinus dlouhodobě dbá na tradici, ale i u něj nazrál čas na inovaci. Nyní vychází vstříc chutím řady konzumentů, kteří stále více vyhledávají plnější česká piva, a doplňuje svou nabídku o Gambrinus 11° Excelent“, říká Jiří Rákosník, brand manažer značky Gambrinus. Jméno Excelent vybrali konzumenti v rámci letní internetové ankety. V obchodní síti se výrobek objeví ve druhém listopadovém týdnu a cena baleného piva se bude pohybovat okolo 11 Kč za láhev. Kampaň na podporu prodeje bude zahrnovat televizi, rozhlas, tisk, internet, venkovní reklamu a POS materiály. Počítá se, stejně jako u ostatních výrobků značky, také s využitím zeměpisného označení České pivo.



## Svatomartinské – první mladé víno přichází

Vinařství Víno Mikulov přináší Svatomartinské – první letošní víno. Podle tradice smí být toto lehké a svěží mladé víno s příjemnou ovocitou vůní každoročně poprvé otevřeno dne 11. 11. v 11 hodin. Vinařství představuje svoje mladé víno letos již počtnácté. Teprve počtvrté to však bude pod společnou národní známkou Svatomartinské. Její nabídka je i letos širší o loňskou novinku – mladé růžové víno. Svatomartinské lze ochutnat ve vinotéce Víno Mikulov v Mikulově a ve vinotékách společnosti Bohemia Sekt v Plzni a Starém Plzenci. Tradiční Svatomartinské košty začnou ve stejnou dobu slavnostním otevřením láhve také na dalších místech, v restauracích, vinotékách a v řadě supermarketů po celé zemi.

## Věrnostní klub pro zákazníky Paláce Flóra

Palác Flóra přináší od listopadu 2008 Věrnostní klub pro své zákazníky. Vstoupit do klubu může každý, kdo nakoupí v obchodech Paláce Flóra zboží v minimální hodnotě 500 Kč či získá dárkovou kartu v této hodnotě. Při každém dalším nákupu se přičítá na Věrnostní kartu peněžní odměna a bude jen na majiteli karty, co si za ně ve vybraných obchodech Paláce Flóra nakoupí. „Věrnostní program, tedy systém odměn pro zákazníky, zavádíme jako novinku, která do této doby nebyla v žádném obchodním centru použita“, uvádí Šárka Bušková, marketingová ředitelka Paláce Flóra.



## CPI Retail Park Český Těšín

V řadě už třetí obchodní areál ze sítě CPI Retail Parků investorské skupiny CPI Group se 12. listopadu otevře v Českém Těšíně. K hypermarketu Tesco na Jablůnkovské ulici přibudou obchody s oděvy, hračkami a elektro výrobky. CPI Retail Park Český Těšín nabídne tři obchodní jednotky na celkové ploše přesahující 1500 m². V nabídce obchodů se objeví sortiment společnosti Fast-Elektro Planeo, Kik a Dráčík. První z řady CPI Retail Parků otevřela investorská společnost v prosinci loňského roku v Třinci. Následoval obchodní park ve Vyškově v dubnu tohoto roku. Do konce listopadu se nových obchodních areálů dočkají ještě zákazníci v Prostějově a Příbrami.

## Nová kampaň společnosti Canon

Společnost Canon spouští novou reklamní kampaň na nové digitální zrcadlovky EOS 5D Mark II a EOS 50Da s názvem Make Photography New Again (Objevte nové možnosti fotografování). Kampaň od listopadu souběžně probíhá na 17 evropských trzích a nabízí fotografům možnost experimentovat s klíčovými aspekty fotografování, jako např. světlem či pohybem, novými kreativními způsoby, což jim umožní nové zrcadlovky Canon EOS. Cílem kampaně je oslovit především profesionální fotografy či náročné amatéry, kterým jsou nové přístroje určeny.

## Řešení pro společnosti z oblasti diskretní výroby

Společnost Infor ohlásila inovaci funkcionality Infor ERP LN, produktu pro komplexní plánování podnikových zdrojů (ERP). Infor ERP LN nyní poskytuje mj. funkce pro plánování a řízení montážních procesů a integruje klíčové podnikové funkce do škálovatelné a otevřené platformy určené pro společnosti z oblasti diskretní výroby. Nejnovější vylepšení Infor ERP LN zahrnují inovace, které reagují na aktuální potřeby zákazníků a podporují efektivnější obchodní postupy pro dodavatelské řetězce, pokročilé řízení kontraktů se subdodavateli a zákazníky, stejně jako řízení montáží, balení a automatizované procesy v poprodejních službách.

## Vydáno přes 500 milionů karet

Společnost MasterCard Worldwide oznámila své provozní výsledky za 3. čtvrtletí 2008 v evropském regionu. Úspěchem je překročení symbolické hranice – 500 milionů vydaných platebních karet značek MasterCard (MasterCard, Maestro nebo Cirrus) v Evropě. V meziročním srovnání vykázal evropský region dvouciferný růst celé řady ukazatelů: hrubá dolarová hodnota transakcí realizovaných kartami MasterCard (vzrostla o 16,8 %), objem plateb u obchodníků (17,1 %), počet nákupních transakcí (13,2 %), počet výběrových transakcí (11,5 %) a počet nově vydaných karet (15,4 %). Ke dni 30. září 2008 vydaly partnerské finanční instituce v celé Evropě 197 milionů karet MasterCard (bez značek Maestro a Cirrus). Evropští držitelé karet uskutečnili ve 3. čtvrtletí roku 2008 více než 1,6 miliardy nákupních transakcí a karty MasterCard mohli využívat na 8,2 milionu akceptačních míst v rámci evropského regionu.



26. 11. 2008, Hotel Dorint don Giovanni

Konference

# 14. Český den controllingu

Klíčové faktory úspěchu

Controller-Institut  
Controlling Finance Management



Více informací na:

www.controlling.cz, tel.: +420/233 326 841  
lukas.kokotek@controlling.cz

## Hornbach plánuje další čtyři hobbymarkety

Společnost Hornbach-Baumarkt CS, která u nás provozuje šest stejnojmenných hobbymarketů, plánuje do roku 2015 na tuzemském trhu postavit další čtyři prodejny pro kutily a zahrádkáře. Podle předsedy představenstva Hornbach Holding AG, Albrechta Hornbacha, do jejich stavby investuje 2,5 mld. Kč. Firma otevře nový market v roce 2010 v Plzni a následně další v Ostravě. Zároveň také prověřuje lokality pro další markety v Praze, Brně a Českých Budějovicích. „Náš podíl na trhu chceme zvýšit minimálně na 15 %. Ostatně, jedná se o celostátní průměr. Ve všech městech, kde máme markety, je náš podíl na trhu daleko větší,“ tvrdí generální ředitel Hornbachu pro ČR a SR May Meulenberg. Hobbymarkety Hornbach, které nabízejí sortiment zaměřený na stavbu, dílnu a zahradu, v minulém fiskálním roce končícím letos v únoru zvýšily tržby meziročně o 579 mil. Kč na 5,1 mld. Kč. Čistý zisk v Česku vzrostl zhruba o desetinu na 402,6 mil. Kč. V nynějším hospodářském roce vedení firmy plánuje obrát 5,38 mld. Kč.

## Costa Coffee otevřel první kavárnu v ČR

Mezinárodní řetězec kaváren v italském stylu Costa Coffee otevřel 5. listopadu svou první kavárnu v České republice, a to v pražském obchodním centru Flora. Provozovatelem je společnost HDS Retail Czech Republic, dceřiná firma společnosti Lagardère Services, která se zabývá rozvojem a provozováním různých obchodních konceptů ve více než 20 zemích světa. Do konce roku se otevře také Costa Coffee v OC Olympia v Teplicích, v Paláci Pardubice a v OC Nisa Liberec. V současné době působí Costa Coffee ve 21 zemích a s více než 1100 pobočkami je největším a nejrychleji rostoucím řetězcem italských kaváren na světě (průměrně otvírá Costa jednu novou kavárnu každé čtyři dny). Ve Velké Británii, kde je jedničkou na trhu a zákazníci je již po několik let pravidelně zvolena nejoblíbenější kavárnou, provozuje Costa Coffee více než 780 kaváren.



## Schell pokračuje v rekonstrukci

Společnost Shell pokračuje v rekonstrukci čerpacích stanic s cílem nabízet řidičům nový a čistší obslužný prostor, pětiprojektové výdejní stojany, obohacený sortiment nabízeného zboží, ale i nový interiér prodejen Select. Novou podobu získalo již deset provozoven. Nejviditelnějším prvkem změn je v současnosti cenový totem. Změnil jak svoji konstrukci, tak i barvu. Zrekonstruovaný interiér prodejen Select vítá zákazníky čerpacích stanic Shell lepším vybavením i novými toaletami. Rozšířena byla rovněž nabídka zboží. Lidé na cestách si tak kromě natankování mohou koupit např. velkoobjemová balení nápojů nebo se posílit šálkem kávy na cestu.

## Jubilejní 300. prodejna – Albert Slunečný vršek

Dne 5. listopadu byla otevřena v pořadí již 300. prodejna maloobchodní sítě Albert/Hypernova v České republice. Stal se jí supermarket Albert v pražské Hostivaři, který zahrnuje novou vizuální a komunikační podobu, nové logo, moderní design a nové barevné označení. Jubilejní prodejna Albert Slunečný vršek nabízí zákazníkům na 720 m<sup>2</sup> široký sortiment zboží, který zahrnuje více než 14 tisíc položek.

„Samotná prodejna představuje řadu novinek, které se týkají vnitřních prostor, podoby, uspořádání ale také vybavení. Je pro nás důležité, aby naše prodejny byly šetrné k životnímu prostředí. Supermarket Albert v Hostivaři je vybaven osvětlením a chladicím zařízením s nižší spotřebou,“ dodává Libor Kytýr, ředitel komunikace prodejen Albert a Hypernova.



## Nová prodejna Bushman s novým designem

Společnost Bushman, český výrobce outdoorového oblečení, pokračuje v expanzi. Začátkem listopadu otevřela svou již 20. značkovou prodejnu, a to v jihlavském obchodním centru City Park. Její nový design se postupně objeví ve všech stávajících i nově otvíraných prodejnách firmy. Výrobky značky Bushman jsou prezentovány ve třech liniích (Original Outdoorwear, Original Lifestyle a For Ladies), které doplňuje široký výběr doplňků, jako jsou hodinky, nože, batohy, kožené klobouky, boty, dalekohledy, doutníky a další.

## Retailový trh v Evropě podle C&W

Poslední vydání European Retail Marketbeat společnosti Cushman & Wakefield potvrzuje, že v roce 2009 by mohly ceny maloobchodních nemovitostí na mnoha trzích dále klesat. A to i přesto, že poptávka investorů po dobrých lokalitách v centrech měst i v nákupních centrech a retailových parcích by měla zůstat silná. Důvěra evropských spotřebitelů je stále nízká a v oblasti retailových nemovitostí dochází ke zpomalování růstu tržeb.

Ve střední a východní Evropě jsou ovšem vývojové trendy i nadále pozitivní. Celkový roční růst v eurozóně byl negativní a čísla za červenec jsou o 2,8 % nižší, ačkoli prognózy počítaly jen s 2,1 % poklesem.

## TNT otevřela první „zelené“ depo

Společnost TNT otevřela v nizozemském Veenendaalu své první depo bez emisí CO<sub>2</sub>. Je první v řadě „zelených“ staveb, které bude firma využívat jako součást svého celosvětového environmentálního programu Planet Me.

Společnost zajišťující globální poštovní a expresní služby plánuje omezit emise CO<sub>2</sub> ve všech svých budovách, které celkově zabírají plochu 3 mil. m<sup>2</sup> ve více než 65 zemích světa.

Nová budova TNT, která svým vzhledem jednoznačně vyčnívá nad okolními kancelářskými budovami, je navržena tak, aby maximálně využívala denní světlo. Budova vytváří svou vlastní energii trvale udržitelným způsobem, kdy více než 300 solárních panelů přeměňuje sluneční záření na energii. K ohřívání a ochlazení budovy se voda čerpá ze země.

## Personálie

- Novým ředitelem logistiky společnosti Unilever pro region střední Evropa byl jmenován Michal Glacner. Přichází z dodavatelského řetězce Unileveru, kde působil na pozici operačního ředitele pro kategorii žlutých tuků v západní Evropě.
- Investiční a finanční skupinu Natland Group posílila na pozici marketing & relationship manažerky Jarmila Hla Shwe. Do funkce executive manažera byl jmenován Jiří Koudelka.
- Společnost KPMG ČR rozšiřuje svůj tým. Zbyněk Hojsák se stal senior manažerem v oddělení auditu s působností v liberecké kanceláři. Zodpovídá za audity společností, které sestavují účetní závěrky a reportingy podle CAS, IFRS a US GAAP.
- Josef Kroupa zastává od září pozici obchodního ředitele společnosti ADT Security Center. Dokončí budování nové obchodní strategie ADT, bude zodpovědný za rozšíření portfolia služeb o videomonitoring, videopatroling, monitoring výtahů a sledování odcizených vozidel přes GPS.