

REGAL^{line}

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 15/09, 14. 4. 2009

Žabka slaví jeden rok na trhu

Otevřením své první prodejny v Praze vstoupila loni 3. dubna na český trh maloobchodní síť Žabka. Během prvního roku své existence stihla otevřít v Praze a okolí více než 40 prodejen a stát se tak nejrychleji rostoucím maloobchodním řetězcem v ČR. Žabka je obchod typu convenience: kromě rychlého a pohodlného nakupování nabízí pod jednou střechou i nejrůznější služby, například dobíjení mobilních telefonů nebo platby složenek. Prodejny Žabka navštěvuje 16 tisíc zákazníků denně, za nákup přitom utratí nejčastěji 100 Kč.

„První rok na trhu hodnotíme jako úspěšný, jsme rádi, že jsme přinesli nový způsob pohodlného nakupování v prodejnách splňujících nejvyšší standardy prodeje, a to všechno při udržení rozumných cen. Zkušenost ze čtyř desítek otevřených prodejen potvrzuje, že náš model obchodu se službami je perspektivní a lidé si ho oblíbili,“ říká Zdeněk Linhart, generální ředitel Žabky.

„V letošním roce plánujeme expanzi i do dalších českých měst, a to jak prostřednictvím otvírání nových Žabek, tak akvizicí již existujících řetězců nebo samostatných prodejen. Naším cílem je otevřít do tří let kolem 300 Žabek v celé České republice,“ dodává Jozef Janov, předseda představenstva Žabky. Nedávno spustila Žabka doplňkové služby, které jsou vedle dlouhé otvírací doby její hlavní konkurenční výhodou. Jedná se o cash back, dobíjení mobilních telefonů, terminálové platby složenek a účtů a terminály Sazka.

Žabka funguje na principu blízkém franšíze neboli spolupráce s nezávislými provozovateli. Ti se sice musejí řídit firemními standardy Žabky, nicméně plně zodpovídají za provoz jednotlivých obchodů a mají určitou volnost i v tom, jak přizpůsobit šíři či typ sortimentu – a do jisté míry i ceny – konkrétní lokalitě. Do konce tohoto roku Žabka plánuje mít celkem 100 otevřených prodejen a měla by zamířit i na Moravu. Její rychlý růst potvrzuje, že čas, pohodlí a vyšší standard služeb hrají u zákazníků stále větší roli.

Tržby Hamé přesáhly 5,2 miliardy korun

Společnost Hamé dosáhla za rok 2008 nejvyšší tržby v historii firmy a přehoupla se tak přes 5 mld. Kč. Celkové tržby v hodnotě 5,267 mld. Kč představují nárůst tržeb o celých 9 % oproti roku 2007. Na celkových tržbách se největší měrou podílí masová produkce s 60 %, dále jsou to produkty ze zeleniny a rajčatového protlaku s 23 %. Neméně významnou položkou tržeb je i sladká produkce, která obsahuje kojeneckou stravu, ovocné kompoty nebo také džemy, ovocné směsi a povidla. Tato složka se na celkových tržbách podílí 17 %. Na trzích v České republice meziroční nárůst tržeb přesáhl 5 %. Nejvýrazněji se tento jev projevil především v segmentu chlazených hotových jídel, baget a sendvičů, masozeleninových kojeneckých výživ a kečupů.

Na trh přichází Oishi Green Tea

Nový nealkoholický nápoj Oishi Green Tea, určený pro lidi pečující o své zdraví, uvádí na český trh společnost Consumer-HealthCare-Products. Ta v České republice zastupuje největšího výrobce potravin v Thajsku, Oishi Group, a je výhradním dovozcem jeho produktů.

„Nápoje jsou velmi pečlivou metodou vyráběny ze 100% čerstvých čajových listů v dokonale čisté atmosféře, proto si zachovávají všechny aromatické a výživné vlastnosti původního čaje,“ říká Jan Sládek, jednatel firmy. V nabídce je nyní sedm druhů těchto čajů v 500ml PET s obsahem fruktózy, včetně čaje vhodného pro diabetiky nebo čaje čistě přírodní chuti, neslazeného. Prodej do konce dubna podporuje mimořádná akce pro obchodníky 1+1 karta zdarma, doporučená maloobchodní cena je 39 Kč. Více na www.oishi.cz.



VE 3. ČÍSLE NAJDETE:



- Doba svědčí privátním značkám
- Optimalizace cen
- Snídaňový individualismus

Regal 3/2009 vyšel 26. března
Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

World Retail Congress 2009

World Retail Congress je místem setkání pro zástupce vrcholného managementu všech retailových sektorů a kontinentů (viz www.worldretailcongress.com).

Od 6. do 9. května se jej v barcelonském Centro de Convenciones zúčastní více než tisíc nejvyšších představitelů maloobchodních společností. Celkem 120 top manažerů z největších a nejvlivnějších retailových firem osloví účastníky klíčovými tématy, která hýbou současným světem obchodu. Hlavní body programu: Přežití toho nevhodnějšího: lekce z globální ekonomické krize. Nový globální zákazník: jak se váš obchod musí změnit. Rozvíjející se světové retailové trhy: uzavírá se okno příležitostí? Globální výprava pro retailové vůdce zítřka a Poučení z toho nejlepšího: inovace v srdci obchodu. Mediálním partnerem této akce je opět odborný časopis Regal. Více informací a možnost registrace najdete [ZDE](http://www.zde).

Nemovitosti lákají na vyšší výnosy

Světlo na konci tunelu. I tak by se daly přeložit závěry pravidelné studie European Quarterly, kterou čtvrtletně zveřejňuje mezinárodní poradenská společnost DTZ. Pozitivnější signály lze podle analytiků firmy pozorovat na investičním trhu alespoň ve dvou evropských metropolích – v Londýně a Paříži, které začaly díky zvyšujícím se výnosům zajímat investory s dostatečnou likviditou. K bezbřehému optimismu má však zpráva daleko: meziroční balance ukazuje na pokračující propad objemu investičních transakcí. „Ačkoliv yieldy dále porostou a hodnota nemovitostí bude v průběhu let 2009 a 2010 nadále klesat,“ píše se v čerstvé studii, „tržní hodnota nemovitostí se začíná přibližovat přiměřené úrovni a znamená příležitost pro investory ochotné zužitkovat své disponibilní prostředky.“

Pilotní projekt SmartTruck

Společnost Deutsche Post DHL představila svůj pilotní projekt SmartTruck. Od dubna na trasách v městské čtvrti Mitte v centru Berlína (Pokračování na stránce 2)

Kika otevřela v Olomouci

Dne 2. dubna byl otevřen první obchodní dům s nábytkem Cash&Carry, celkem pátý obchodní dům s nábytkem a bytovými doplňky kika v České republice. „Koncept Cash&Carry nám umožňuje proniknout i do menších měst s menší spádovou oblastí. Pro společnost kika znamená otevření obchodního domu v Olomouci pokračování v neustálé expanzi a posilování pozice na trhu,“ říká Paul Koch, jednatel skupiny kika/Leiner. Tato investice ve výši asi 9,1 mil. Kč v obchodním centru Haná Park Olomouc představuje zhruba na 7000 m² nábytek, návrhy zařízení jednotlivých místností a bytové doplňky. Převážná část sortimentu je určena k okamžitému nákupu. Zákazník si zboží může ihned odnést nebo objemnější kusy odvézt kika busem.

Fotolab plánuje vyrobit 66 milionů fotografií

Fotolab bude mít v České republice nově jedinou centrální fotolaboratoř, a to v Praze. Protože fotoprůmysl již není pouze o výrobě fotografií a výrazně se vlivem přechodu na digitální fotografování mění i způsob objednávání digitálních fototisků, plánuje v tomto roce investovat do nových zařízení 640 tisíc eur. Fotolab, který je součástí mezinárodního koncernu CeWe Color, minulý rok v Česku vyrobil 65 milionů digitálních fotografií a 40 tisíc CeWe fototisků. V březnu byl dokončen transformační proces, kterým mateřský CeWe Color dosáhl plánované mezinárodní struktury – logické pokrytí Evropy smysluplnou a efektivní sítí navzájem propojených fotolaboratoří. „Rozšíření digitální fotografie o další možnosti hry s obrázky nastartovalo novou vlnu zájmu o focení a jednoznačně nám pomohlo v dalším růstu,“ říká Pavel Schreiber, generální ředitel CeWe Color Praha.



Výstava Kupecké počty, míry a váhy

Výstava „Kupecké počty, míry a váhy“, která od 24. dubna do 16. srpna 2009 probíhá v Národním zemědělském muzeu Praha, pokračuje v započatém seriálu prezentace historie obchodu se zemědělskými produkty a navazuje na výstavu z roku 2007 „Kupujeme – prodáváme“. Nová výstava se zaměřuje na složitý a měnící se systém měr, vah a měn. V úvodu seznamuje s vývojem a významem měření nejen ve světě, ale především na našem území a vyzdvihuje nejdůležitější mezníky vývoje české metrologie. Jedním z mediálních partnerů je také odborný časopis Regal.

Tesco zavádí auta na alternativní pohon

První tři dodávky na alternativní pohon s nákladem 3,5 tuny zboží vyjely z brány postržižského distribučního centra Tesco 2. dubna. Jejich cesta vedla do tří pražských prodejen Tesco Expres Hradčanská a Bělehradská a supermarketu Háje. Tesco tak startuje pilotní provoz zásobování svých menších prodejen ve velkých městech auty na stlačený zemní plyn (CNG). Jde o první projekt, jímž retailer oslaví letošní svátek Dne země. „Postupně počítáme i se zásobováním dalších menších prodejen, které plánujeme otevřít nejen v Praze, ale i v Brně. Prvními z nich budou pražské Expresy Moskevská a Tábořská a brněnský Špalíček. Zároveň počítáme s navýšením vozového parku přibližně o dalších deset vozů,“ dodává Tomáš Kubza, ředitel postržižského distribučního centra Tesco.



Globus zahájil prodej Fairtrade potravin

Od dubna jsou výrobky s ochrannou známkou Fairtrade opět přístupnější široké české veřejnosti. Vybrané Fairtrade potraviny nabízí zákazníkům všech svých třinácti hypermarketů společnost Globus ČR. „Jsme přesvědčeni, že Fairtrade je smysluplný způsob, jak pomoci lidem, kteří žijí v podstatně horších podmínkách než my. Proto se Globus rozhodl tyto výrobky zařadit do nabídky a dát svým zákazníkům možnost, aby pomáhali společně s námi,“ říká nákupčí Globusu Zuzana Menšíková. V nabídce Globusu se objeví šest produktů z oblasti nápojů a dvě cukrovinky. „Půjde o mletou a instantní kávu, dva druhy čaje, instantní čokoládu s medem, červené víno Shiraz Moonlight z Jihoafrické republiky, hořkou čokoládu se 70% podílem kakaa a čokoládovou tyčinku s mandlemi a medem,“ říká Lenka Černá z Excellent Plzeň, která Fairtrade produkty dodává.

Čtěte časopis REGAL! Ukázkový výtisk ZDARMA si můžete objednat na adrese <http://ib.ihned.cz/predpl/a/nazk.php?tit=RE>.

(Pokračování ze stránky 1)

působí dvě zásilková vozidla vybavená softwarem pro dynamické plánování tras. Firma tak nejen testuje funkčnost a efektivitu zcela nové technologie, ale také doufá, že se jí tak podaří smysluplně přispět k ochraně životního prostředí. „Tato koncepce je v našem odvětví zcela nová,“ říká Keith Ulrich, vedoucí řízení technologií a inovací společnosti. „Dynamické plánování tras nejenže předem vypočítá nejvhodnější trasu, ale navíc jako první zohledňuje i aktuální informace o provozu v centru města, například dopravní zácpy nebo práce na silnicích, a přizpůsobuje tomu vybranou trasu.“

Subway vstupuje na slovenský trh

Fastfoodový řetězec Subway vstoupil dne 3. dubna na slovenský trh. V Trenčíně otevřel svou vůbec první franchisovou restauraci na Slovensku. „Slovensko je pro nás jedním z velmi zajímavých trhů, kde očekáváme vzhledem k dlouhodobému rozvoji ekonomiky další expanzi,“ tvrdí šéf Subway pro střední a východní Evropu Martin Princ. Letos má Subway, který se orientuje na přípravu a prodej zdravých sendvičů, v plánu otevřít celkem pět restaurací. „Vedle Trenčína to bude také Banská Bystrica, Bratislava, Košice a Piešťany. Čtyři z nich budou v obchodních centrech, pouze v Banské Bystrici jdeme do středu města,“ doplňuje Martin Princ. V příštím roce by na Slovensku mělo vzniknout dalších pět nových restaurací se značkou Subway.

Spolupráce TNT a Con-way Freight

Společnosti TNT a Con-way Freight zahájily spolupráci, která povede k propojení sítí obou společností v Evropě a Spojených státech. Výsledkem pro obě firmy budou cenově efektivní a vysoce kvalitní expresní přepravní služby na obou stranách Atlantiku. Nová dohoda stanovuje Con-way Freight, zabývající se přepravou v Severní Americe, jako hlavního partnera TNT pro silniční přepravu Economy Express zásilek v USA. Con-way Freight bude v Evropě napojen na globální leteckou a silniční síť TNT, která zde funguje ve více než 35 zemích. Díky propojenosti sítí Con-way Freight v USA a TNT ve zbytku světa se nabíží oběma společnostem příležitost k dalšímu rozvoji a rozšíření škály mezinárodních dopravních služeb.

Haribo Zlatý medvídek na Boeingu

V čase dovolených zve společnost Haribo do nového Haribo letadla aerolinek společnosti TUIfly. Haribo pokřtilo nově obrandovaný boeing 737 v designu zlatých gumových medvídků na GoldAIR. Křtu letadla v Kolíně nad Rýnem se zúčastnil i Thomas Gottschalk – Dva nosáči tankují super, který je rovněž dlouholetou tváří společnosti Haribo. GoldAIR se tak po celý rok 2009 zařadí do flotily společnosti TUIfly, která má v současné době 45 letadel boeing 737, jež míří k osmdesátému cíli po celé Evropě a Středomoří.

Konference nejen o Retailu 2009

Letošní setkání zástupců českého a slovenského retailu a shopping center, které organizuje společnost Centers Data, se uskuteční opět v Praze i Bratislavě. Novinkou je odpolední formát, dále rozšířená výstava nových obchodních konceptů, tradiční je závěrečná párty. V Praze proběhne akce v SC Nové Bučovice, a to 21. května. Bratislava bude následovat 4. června. Organizátoři slibují, že každý z více než 400 účastníků se může stát spoluvůdcem témat prezentací a diskusí a ještě získat zvýhodněné vstupné. Více na www.centers.cz.

Henkel oceňuje čistou hru

Společnost Henkel vyhlásila v České republice v souvislosti se sponzoringem letošního hokejového šampionátu projekt „I málo znamená hodně“. Vyjadřuje jím podporu hodnot, jako je fair play a týmové spolupráce.

Firma vyzvala české dětské hokejové kluby, aby přišly s nápadem co nejlepšího využití 200 tisíc Kč k podpoře těchto hodnot u malých hráčů. Částka bude výtěžkem z marketingové aktivity Čistá hra, na které Henkel spolupracuje se značkami Albert a Hypernova. Jako nejlepší byl oceněn projekt Klubu ledního hokeje z Chomutova. Z prodeje každého 6kg (4,5l) balení pracího prostředku Persil v těchto prodejnách putuje 5 Kč na konto projektu. „Aktivita Čistá hra je nám blízká především podporou zdravého životního stylu malých sportovců a koresponduje tak s naším charitativním projektem Zdravá pětka zaměřeným na správnou výživu dětí,“ komentuje Petr Chadraba, CR manažer značek Albert a Hypernova. Promoční marketingová akce v obchodech těchto značek zahrnuje mimořádná druhotná umístění formou „hokejových ostrůvků“, speciálně designovaných POS materiálů a stoperů.



Nový design webu GfK Praha

Společnost pro výzkum trhu GfK Praha změnila na přelomu března a dubna 2009 vzhled svých webových stránek. Navazuje tak na společnou snahu GfK Group mít jednotnou Corporate Identity v oblasti webdesignu. První fáze se uskutečnila na podzim roku 2008, kdy byly zprovozněny webové stránky výzkumného nástroje Oční kamery. „Nový vzhled oficiálních webových stránek GfK Praha se soustředí hlavně na přehlednost a komplexnost informací, ať už o skupině či jednotlivých segmentech, na které se GfK Praha zaměřuje,“ vysvětluje Sherin Dalíková, ředitelka marketingu a komunikace, a doplňuje, „změnou webových stránek jsme chtěli poskytované informace ucelit, přispět k větší spokojenosti návštěvníků a také zmodernizovat a celkově sjednotit korporátní identitu internetové prezentace GfK Praha.“

Velikonoční „Volby 2009“

Společnost Spar ČOS vyhlásila pod názvem „Volby 2009“ novou internetovou soutěž, ve které se volí nejkrásnější velikonoční vajíčko Česka. Probíhá od 8. do 21. dubna a rozhoduje zejména celkový dojem, originalita provedení a technika zpracování soutěžního vajíčka. Deset soutěžících získá hodnotné ceny. Hlavní cenou je kuchyňský robot Supreme Red. Úplný seznam výher a kompletní pravidla soutěže: www.sparvelikonoce.cz.



Grafické fólie a laminace se zárukou životnosti

Divize Komerční grafiky společnosti 3M představuje novou záruku pro grafické fólie a laminace, která vychází vstříc vysokým požadavkům na kvalitu kladeným v Evropě na komerční grafiku. Záruka životnosti se vztahuje na kvalitu, odolnost a dlouhou životnost médií 3M při použití s originálními inkousty výrobců tiskáren schválených společností 3M. Tuto záruku poskytuje na velkoformátové grafiky vyrobené pomocí piezoelektrického tisku a instalované jak v interiérech, tak venku, včetně potisku firemních automobilů.

„Záruka životnosti se velice osvědčila na trhu s grafikou ve Spojených státech a společnost 3M ji nyní nabízí i svým evropským klientům, jimž přinese klid myslí a záruku, že udělají trvalý dojem na své koncové zákazníky,“ říká Rainer Schlösser, market development manažer evropské divize komerční grafiky společnosti 3M.

Retail eurozóny potvrdil oslabení

Maloobchodní tržby eurozóny v únoru meziměsíčně poklesly o 0,6 %. Je to mnohem horší výsledek, než se původně očekávalo. V celé Evropské unii (EU27) se tržby propadly o 1,2 %. Podle HN o tom informoval evropský statistický úřad Eurostat. Analytici dotazovaní agenturou Reuters očekávali pokles oproti lednu letošního roku o 0,4 %, meziročně předpovídali propad o 2,5 %. Nepříznivý vliv měly především padající ceny v maloobchodním prodeji jídla, pití a tabáku, což je velice důležitá referenční skupina. Ta se propadla v EU27 o 0,9 %. V meziročním srovnání maloobchodní prodej nejvíce sledované maloobchodní skupiny poklesl o 3,7 % v eurozóně a o 2,8 % v celé Evropské unii. Ostatní sektory klesly o 3,7 %, respektive o 3 %.

Personálie

- Česká pobočka společnosti Hödlmayr má nového výkonného ředitele. Do této pozice nastoupil Roman Macháček. Bude zodpovědný především za udržení obchodních výsledků firmy na českém trhu i stávající kvality služeb.
- Celosvětová síť poradenských společností KPMG ve střední a východní Evropě zřizuje oddělení pro restrukturalizaci nemovitostí. Bude poskytovat poradenské služby zainteresovaným stranám v oblasti nemovitostí. V čele nového týmu je George Leslie, který má téměř patnáct let zkušeností s prací v oblasti nemovitostí.
- Dennis Nally byl zvolen novým celosvětovým generálním ředitelem mezinárodní sítě poradenských společností PricewaterhouseCoopers. Samuel A. DiPiazza, Jr., dosavadní celosvětový generální ředitel PricewaterhouseCoopers, v listopadu 2008 oznámil, že po pětatřiceti letech jde do důchodu.
- Na valné hromadě POPAI Central Europe, která se konala 1. dubna 2009, byli zvoleni noví zástupci vedení asociace. Prezidentem se stal Daniel Jesenský ze společnosti Dago A.P.C. Viceprezidentem bude Alexander Roth ze společnosti Eclipse Print, který dosud zastával funkci prezidenta asociace. V souvislosti s rostoucími aktivitami a novými sférami působnosti asociace byl rozšířen počet členů vedení z pěti na sedm, kteří jsou garanty jednotlivých pracovních skupin. Ve funkci členů rady budou pracovat: Michal Augusta z CZ-Visual Impact, Daniel Brýdl ze Story Design, Monika Hrubalová z M.I.P. Group, Radomír Klofáč z Moris design a Barbora Skalníková z Addurre. Pro další volební období bylo potvrzeno čestné členství v asociaci Martinu Bočkovi (Ipsos-Tambor) – spolupráce v marketingovém výzkumu, a Davidu Bůžkovi (agentura Troublemaker), jehož činnost se zaměří na další budování vztahů se zástupci zadavatelů reklamy.