

Tesco – nové značkové výrobky za nízké ceny

Značkové zboží za trvale nízkou cenu v běžné nabídce je v současné době ekonomického poklesu jedním z hlavních požadavků zejména cenově orientovaných zákazníků. Ukazuje to průzkum změn spotřebitelského chování, který pro Tesco zpracovala agentura Network Media Service (8 a 10/2008 a 1/2009). Podle výsledků jsou lidé méně spokojeni se svou finanční situací, více šetří a jsou opatrnější při nákupech.

Cena je velmi ostře sledována a zákazníci více reagují na akční nabídky. Méně často se stravují v restauracích a častěji vaří doma. Na čem rozhodně nehodlají šetřit, jsou děti. Tesco od začátku roku rozšířilo a prohloubilo slevy v rámci týdenních akčních nabídek a ve spolupráci se společností Dunnhumby nastavilo cenové programy Garance nejnižší ceny ve městě a Týdenní kontrola cen podle skutečných nákupních košíků.

Nyní rozšiřuje sortiment zboží za nízkou cenu o více než 300 značkových výrobků, jejichž ceny jsou plně srovnatelné s cenami diskontních řetězců. „Snažíme se nabídnout našim zákazníkům co nejširší sortiment zboží v různých cenových relacích. Cílem je vyhovět různým skupinám zákazníků. Především cenově orientovaní zákazníci si mohou nyní vybírat z ještě širšího sortimentu zboží za nízkou cenu. Reagujeme tak na jejich potřeby zejména v době ekonomické nejistoty, kdy se cena vedle kvality stává jedním z nejdůležitějších kritérií při nákupu,“ říká Klára Slavíková, manažerka komerčního oddělení. V široké nabídce produktů za nízké ceny najdou zákazníci nejžádanější výrobky denní potřeby napříč celým sortimentem – jak čerstvé a trvanlivé potraviny (např. jogurty, nápoje, sýry či kávu), tak kosmetické produkty a zboží pro domácnost. Výrobky jsou zastoupeny 32 značkami, jež jsou k dostání exkluzivně v Tescu. Každý výrobek byl testován, aby splňoval zvyšující se nároky zákazníků na kvalitu.

Přehled nových značek za nízkou cenu z nabídky Tesco

Potravinový: Breakfast King (cereálie), Café Blend (káva), Café Continental (pečivo), Clearview (ledový čaj), Cook's Kitchen (polévky, přísady na pečení), Country Barn (múslí tyčinky), Country Store (mražená zelenina), Creamfields (jogurty, sýry a dezerty), Handy Candy (bonbony), Mermaid Bay (rybičky v konzervě), Oak Lane (kečupy, majonézy, hořčice), Oatland Biscuit (sušenky, oplatky), Packers Best (čaje), Pinstripe (žvýkačky), Regal Delights (zmrzlina a mražené dezerty), Rice Field (rýže), Ryelands Chocolates (čokoláda), Serving Spoon (pudinky), Shanghai Garden (omáčka, instantní polévky), Sungrow (džusy), Sunshine Coast (nápoje), Trattoria Verdi (mražená pizza, těstoviny, omáčky) a Van Souter Biscuitier (sušenky).

Kosmetika: All about Baby (kosmetika pro děti), All about Face (péče o pleť), All about Body (řada pro ženy – tělové mléko, deodorant, krém na nehty a ruce apod.), All about Shine (péče o vlasy), Avouré (do koupele, tekuté mýdlo, sprchový gel), Avouré for men (kosmetika pro muže), Brookmoor (ústní hygiena), Poppy (čističe, prací prášky, aviváže) a Springforce (ubrusy, toaletní papír, hygienické kapesníčky).

Premia karta nabízí bonus 500 Kč

Nové výhody nabízí Home Credit za zřízení kreditní karty Premia – 500 Kč nyní získá každý klient, pokud se rozhodne využít výhod sítě Premia a pořídí si Premia kartu České pojišťovny. Stejnou částku dostanou i všichni noví držitelé nákupní Premia karty, kteří si pro ni přijdou do některé z prodejen pro kutily bauMax. K standardním výhodám Premia karty patří 1 % z každého nákupu v jakémkoliv z 900 obchodů sítě Premia zpět na premiový účet zákazníka. Navíc v těchto obchodech získávají držitelé Premia karty okamžitou slevu až 10 %.

V prvním čtvrtletí – pouze tři nákupní centra

Podle společnosti CB Richard Ellis byla v České republice v prvním čtvrtletí dokončena pouze tři nová nákupní centra o celkové výměře 54 500 m². Všechna nově dokončená nákupní centra se nacházejí v Libereckém kraji. Do konce roku 2009 by mělo přibýt dalších 56 tisíc m² ploch nákupních center. Celkové množství ploch, které budou vystavěny v roce 2009 (110 tisíc m²), tak

Nákupní centra dokončená v 1. čtvrtletí 2009:

Projekt	Město	Velikost (v m ²)	Developer
Forum Liberec	Liberec	20 000	Multi Development
Liberec Plaza	Liberec	19 500	Plaza Centers ČR
Rýnovka	Jablonec nad Nisou	15 000	Quinn Invest

kontrastuje s velkým objemem nákupních center dokončených v minulých dvou letech. Je rovněž hluboko pod desetiletým průměrem 164 tisíc m².

VE 4. ČÍSLE NAJDETE:



- Biopotravinám se daří. Zatím?
- Pro klasické convenience trh nedozrál
- Letní prodeje konkurují vánočním

Regal 4/2009 vyjde 23. dubna
Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

KappAhl otevře v páté zemi

Módní řetězec KappAhl pokračuje v expanzi. V říjnu plánuje otevřít svůj první obchod (850 m²) také v České republice, konkrétně v Brně. Další místo prodeje zahájí provoz později, během podzimu. Na rok 2010 se plánuje otevření několika obchodů v největších městech republiky.

„Pokračujeme v naší dlouhodobé expanzi čítající 20 až 25 nových prodejen ročně a jsme rádi, že otevíráme v páté zemi s velkým potenciálem,“ říká Christian W. Jansson, CEO KappAhl. Firma v současné době provozuje více než 300 obchodů ve Švédsku, Norsku, Finsku a Polsku. Nabízí oděvy s výhodným poměrem hodnoty k ceně určené ženám, mužům i dětem a zaměřuje se především na ženy ve věku 30 až 50 let.

Skupina Hartmann loni rostla

Obrat skupiny Hartmann ve fiskálním roce 2008 dosáhl nadprůměrného růstu 7,5 % na 1,377 mld. eur. To znamená překonání růstu celého trhu. Růst skupiny ve třech strategických produktových oblastech dosáhl 8,2 %, z toho nejsilnější byl nárůst u výrobků pro operační sály. V absolutních číslech vzrostl čistý provozní zisk na 42 mil. eur. Důkazem sebejistoty skupiny Hartmann je záměr představit na příští valné hromadě 8. května zvýšení dividendy z 3,50 na 3,60 eur na akcii.

Tetra Pak: tržby o 5 procent vyšší

Společnost Tetra Pak, působící na trhu obalů a technologií zpracování potravin, oznámila, že v roce 2008 dosáhla čistých tržeb 8,8 mld. eur, tj. téměř o 5 % více než v roce 2007. Prodeje obalových řešení dosáhly v roce 2008 7,8 mld. eur, což představuje oproti roku 2007 nárůst o 4,5 %, a prodeje technologií zpracování potravin dosáhly 949 mil. eur, tj. o 9,3 % více než v roce 2007.

Prezident firmy a generální ředitel Dennis Jönsson komentuje: „S naším rozhodnutím stabilně zlepšovat kvalitu a operativní efektivitu jsme dobře připraveni pomoci našim zákazníkům udržet si svou konkurenceschopnost.“

Primalex a Balakryl mají stejného vlastníka

Světová dvojka ve výrobě nátěrových hmot, společnost PPG, jejíž vlajkovou lodí jsou na českém trhu malířské nátěry Primalex, dokončila akvizici značky Balakryl. Kontrakt vstoupil v platnost 6. dubna a pro skupinu PPG bude na našem trhu znamenat zvýšení ročního obrátu zhruba o 200 mil. Kč. Firma má sídlo v Pittsburghu a transakci financovala z vlastních zdrojů. „Náš podíl na trhu v kategorii dekorativních nátěrových hmot se tak bude blížit jedné třetině. Balakryl je nejsilnější značkou v kategorii vodou ředitelných nátěrových hmot na dřevo a kov a vhodně tak doplní portfolio výrobků značky Primalex, která je silná v oblasti syntetických nátěrových hmot na dřevo a kov a především je lídrem v kategorii malířských nátěrů,“ komentuje Petr Hlaváček, marketingový ředitel PPG pro Českou republiku a Slovensko.

Nová značka Ann Christine v Liberci

Dne 9. dubna byla v Liberci otevřena prodejna se značkou Ann Christine. Sortiment obchodu na více než 300 metrech čtverečních plochy je členěn do pěti hlavních linií: Ann Christine, AC, AC Intimate, Ann Christine Accessoires a AC Ocean. Jedná se o jedenáctý obchod Ann Christine v Evropě. Tato módní značka má celkem sedm obchodů v Německu, tři v České republice a jeden v Rakousku. V roce 2009 plánuje společnost otevřít okolo deseti nových obchodů a expandovat do dalších dvou zemí.



Netradiční podpora prodeje

Nestlé Pet Food v březnu posílilo komunikaci produktů Gourment a One také v rámci obchodního řetězce Tesco. Prezentační spoty s upoutávkou krmiv Purina na LCD obrazovkách (Digital signage) v Praze, Brně, Ostravě, Plzni a Ústí nad Labem zajistila společnost POS Media Czech Republic. V netradiční formě využilo POS materiál k upozornění na Maggi Nápad Šťavnatě Kuře také Nestlé Česko. Regalový poutač na sebe upozorňoval nejen nápadnou grafikou, ale především igelitovým obalem, do kterého byl umístěn. Kreativní reklamu v místě prodeje zajistila rovněž POS Media Czech Republic.

Gefco ČR otevřelo nové depo v Jazlovicích

Gefco Česká republika zahájilo provoz nového logistického centra v Jazlovicích, do něhož přesunulo aktivity původního logistického parku v Nupakách a přepravního depa v Čestlicích. Na ploše o rozloze 7500 m² probíhá provoz 24 hodin 5 dní v týdnu. „Nové centrum, které slučuje několik aktivit společnosti Gefco, nám přinese větší flexibilitu v poskytování služeb stávajícím i potenciálním klientům a další zlepšení těchto služeb, zejména co do kvality a optimalizace nákladů,“ sděluje Petra Lippertová, overland manažer Gefco ČR. Jazlovické centrum je vybaveno nejmodernějšími technologiemi. Pro realizaci vykládky a nakládky je připraveno 13 hydraulických ramp a vjezd do skladu na úrovni podlahy.



Fashion Arena připravila jarní „budíček“

Fashion Arena Outlet Center opět podporuje své obchody jarní mediální kampaní a láká návštěvníky k výhodným nákupům značkového zboží. Budíky v barevném hávu upozorňují především ty, kteří se s nabídkou outletového centra dosud neseznámili. Kampaň volně navazuje na zimní kampaň „Předpověď pro Fashion Arenu“.

Do konce května bude vidět v tištěných médiích, v metru, na bigboardech nebo se bude vysílat v rozhlasu. Tento outlet také již na sklonku minulého roku oznámil další rozšiřování. Územní rozhodnutí a stavební povolení nabyly právní moci, a proto developéři TK Development a LMS Outlets potvrdili, že se ještě letos začne stavět druhá fáze projektu. V roce 2010 tak získá dalších 36 obchodních jednotek – 26 jich dotvoří pomyslnou podkovu (tvar centra), 10 malometrážních obchodů vyroste vedle dětského hřiště. Nové obchody druhé fáze zaberou pronajimatelnou plochu o velikosti 7200 m², výše investic dosáhne 160 mil. Kč.

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

Třicet nových bankovních poboček

Tesco oznámilo, že plánuje otevření třiceti bankovních míst ve svých stávajících obchodech po celé Velké Británii. Jedna bankovní pobočka byla zkušebně otevřena v Glasgow v roce 2006, následovaly pobočky v Coventry, Brislingtonu v Bristolu a Blackpoolu. Jejich název je Tesco Bank. Cílem je nabídnout zákazníkům bankovní služby, které zahrnují půjčky, kreditní karty, pojištění a speciální účty. Hypotéky by se měly stát součástí nabídky v roce 2010, zatímco pro blízkou budoucnost jsou v plánu i běžné účty, v závislosti na úspěšnosti instalace odpovídajícího IT vybavení.

První Giant convenience obchod

Americká „dcera“ Aholdu, Giant Food Stores, otevřela 15. dubna svůj první convenience obchod, Giant To Go. Nachází se v Lancasteru, ve státě Pennsylvania. Nabízí výběr vysoce kvalitních čerstvých produktů, masných výrobků, lahůdek a pečiva. Navíc je zde prodávána paleta výrobků „s sebou“, vhodných ke snídani, obědu a večeři. Vedle prodejny se nachází druhá čerpací stanice Giant v okrese Lancaster, kterou tvoří osm čerpadel, s možností platby přímo na místě. Společnost letos plánuje ve stejném okrese otevřít další dva obchody tohoto typu, následně přistoupí k rozhodnutí, kam nasměrovat další expanzi.

Billa otevřela supermarket v Sofii

Bulharská Billa otevřela 10. dubna svůj devátý supermarket v Sofii, celkem tedy 41. v Bulharsku. Nová Billa Družba bude lákat zákazníky „exkluzivními, atraktivními cenovými kategoriemi a denně připravovanými saláty, pokrmy a dalšími čerstvými produkty nejvyšší kvality“, jak se uvádí v prohlášení pro média. V nabídce prodejny bude také široké portfolio značky Clever, která je v majetku Billy. Podle zveřejněného prohlášení bude kromě „služeb a produktů špičkové kvality Billa nabízet také nejnovější adaptaci, kartu Billa“.

Obchody čelí krizi s rozumem

Privátní značky se podle agentury Nielsen v Polsku těší rostoucímu zájmu. V minulém roce tvořily prodej potravin z 9 % produkty právě pod privátní značkou. Tamní maloobchodní řetězce proto reagovaly tím, že představily řadu nových privátních značek. Některé z těchto výrobků jsou až o 40 % levnější než běžné značkové produkty. Důvod, proč jsou tyto výrobky levnější, je jejich ne příliš sofistikovaný obal a absence reklamních kampaní. Například německý retailer Real má značku Real Quality, která běžně zahrnuje zboží prodávané o 35 % levněji, než jaké nabízí jeho značková konkurence. Carrefour Polska prodává 4300 výrobků pod privátní značkou a letos plánuje představit dalších sto. Tesco zahrnuje zhruba 700 produktů.

Memorandum o vzájemné spolupráci

Zástupci Plzeňského Prazdroje a Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR podepsali memorandum o vzájemné spolupráci. Účelem tohoto strategického partnerství je zvyšování kvality produktů, rozvoj služeb a spokojenost zákazníků a konečných spotřebitelů.

„Naším cílem je, aby se pivo dostalo ke spotřebiteli v nejlepší kvalitě nejen v restauracích a hospodách, ale také v obchodech. To vyžaduje například kvalitní skladování v suchu a chladu. Důležitá je také dobré vystavení zboží v obchodech. To vše můžeme ovlivnit sami, pomůže nám v tom ale také spolupráce se Svazem,“ uvádí Jaromír Žáček, ředitel obchodu a distribuce Plzeňského Prazdroje.

Amica s Mobil Skyboardem

Společnost Amica Commerce jako první v ČR přichází s novým reklamním formátem ve venkovní reklamě, tzv. Mobil Skyboardem. Tato obrovská plocha (12 x 16 m) je připevněna k nákladnímu automobilu. Samotné představení a instalace Mobil Skyboardu proběhlo 7. dubna v Průhonicích, potom byl přemístěn na Zahradu Čech v Litoměřicích. Po prezentaci v Lounech 19. dubna byl přestěhován na dálnici D1 za Brnem. „Plocha posléze poputuje do Polska a do České republiky se vrátí v červenci,“ říká Tomáš Blahut, generální ředitel společnosti. Plochu si firma pronajala od polské společnosti Sequence Media, grafického zpracování se ujala pražská reklamní agentura CRS.



Zlatý Habánský poklad

Zlatý Habánský poklad s víny z Habánských sklepů mohou od února do dubna získat spotřebitelé v maloobchodě i v gastronomii v promoci Získejte Habánský poklad. Tři ze spotřebitelů, kteří na www.habanskypoklad.cz správně odpoví na otázku týkající se Habánů, legendy o nich nebo vín z jejich sklepů, získají zlatý Habánský poklad. Ten tvoří mince z ryzího zlata o průměru 30 mm, návštěva Habánských sklepů ve Velkých Bílovicích a karton vína Habánské sklepy podle vlastního výběru.

KlasA představuje nový vzhled internetových stránek

Značka KlasA představuje nový vzhled svého internetového portálu, který umožní výrobcům a spotřebitelům snadnou orientaci v jednotlivých sekcích stránek a přináší přehledný souhrn informací o značce i o jejich aktivitách.

Nová podoba stránek www.eklasa.cz byla odstartována počátkem dubna 2009 spolu s kampaní „Výjimečná kvalita zaručena“. Spotřebitelé zde najdou informace o výrobcích, soutěže a akce, které značka KlasA připravuje. V sekci receptů, kterou si jistě uživatelé oblíbí, budou uvedeny rozmanité recepty, které budou moci návštěvníci stránek také hodnotit. Výrobci zde mohou najít mimo jiné i pravidla pro udělování národní značky KlasA, termíny konání veletrhů a výstav.



Fernet Stock s věnováním

Dne 16. dubna byl ve vybraných prodejnách Tesco v ČR zahájen prodej lahví Fernet Stock a Fernet Stock Citrus s originálním věnováním. Projekt na podporu prodeje připravila pro Stock Plzeň-Božkov agentura 4P&P. Půllitrové a litrové balení lihovin si zákazníci mohou koupit se samolepkou s vtipným věnováním, např. Sousedům za velkou trpělivost, Dědovi za hlídání divé zvěře nebo Sobě za ohoření manžela a trouby.

Tesco „chutná“ Maďarsko

Agentura Nielsen oznámila, že Tesco v loňském roce v Maďarsku vykázalo úctyhodný obrat ve výši 2,2 mld. liber. Jde o nejlepší výsledek mezi retailery, jako je Tesco, kteří v zemi operují. Obrat firmy v roce 2008 vzrostl o 8,5 %. Na druhém místě skončil maďarský řetězec CBA, následovaný skupinou Coop. V minulém roce Tesco také rozšířilo počet svých tamních obchodů – supermarketů i hypermarketů vzrostly shodně o 13 míst prodeje. Tradiční malé obchody s potravinami, které prodávají na ploše menší než 50 m², zaznamenaly loni v Maďarsku pokles.

Metro: nový koncept pro Evropu

Pokud se nový, pilotní obchod cash & carry v německém Siegenu osvědčí, bude tento koncept skupiny Metro rozšířen po celé Evropě. V následujících týdnech budou otevřeny podobné prodejny v Ulmu a Augsburgu, čímž bude završena investice 10 mil. eur do těchto tří obchodů. Protože se Metro v současné době více zaměřuje na hotely, restaurace a catering, zahrnují tyto pilotní prodejny také dodávkovou službu. Objednávky je možné realizovat telefonem, faxem, v blízké budoucnosti také e-mailem.

Další novinkou je poradenská služba týkající se rozmístění produktů nebo rozvržení obchodu a designu pro malé, nezávislé obchodníky. Podle zástupců společnosti se tato služba setkala s velkým úspěchem v Polsku, kde pomohla zvýšit prodeje ve stáncích až o 60 %. Metro navíc omezilo svou nabídku produktů, a to v zájmu urychlení nákupu. Skupina také očekává nárůst podílu privátních značek z 10 na 20 %.

Penny Market nově v Bulharsku

Následně po otevření logistického centra, které se nyní staví ve Stolniku blízko hlavního města Sofie, bude řetězec diskontních supermarketů, patřící německé skupině Rewe, investovat 100 mil. eur do otevření obchodů v několika významných městech Bulharska. Generální ředitel bulharského Penny Marketu Vasil Fečko uvedl, že koncem roku 2009 by měla být dokončena výstavba deseti obchodů a logistického centra. Největším projektem bude logistické centrum, které si vyžádá zhruba 30 mil. eur. Na bulharském trhu je od roku 2005, ale zatím bez logistického centra, které je předpokladem pro další růst.

Personálie

Novou marketingovou ředitelkou společnosti LG Electronics v Česku a na Slovensku je od dubna bývalá ředitelka české pobočky Sony Ericsson Gabriela Lobodášová.

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

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.