

Diskontní čerpací stanice retailerů lákají

Výsledky šetření vývoje nákupních preferencí zákazníků českých čerpacích stanic Petrol Station 2009 společnosti Incoma Research (člen GfK Group) ukazují rostoucí koncentraci na trhu s pohonnými hmotami. Jako své hlavní nákupní místo pohonných hmot jmenovala více než polovina řidičů jeden ze tří největších řetězců v zemi: Shell, Benzina nebo OMV. Preference čerpacích stanic Shell a OMV jsou přitom výraznější u mladších věkových kategorií, Benzině naopak dávají přednost spíše starší řidiči.

Relativně velmi dobré postavení má ovšem také specifická skupina provozovatelů čerpacích stanic – řetězce hypermarketů velkých zahraničních společností. V České republice jsou provozovateli těchto čerpacích stanic řetězce Globus, Hypernova, Makro a Tesco. Jako své hlavní nákupní místo pohonných hmot uvádí tyto řetězce již téměř 25 % řidičů.

V roce 2002 tu přitom bylo pouze 17 takovýchto čerpacích stanic, roku 2005 již 31 a nyní se celkový počet vyšplhal na počet 63 čerpacích stanic. Počet těchto provozoven průběžně stoupá a očekává se i nadále pokračování tohoto trendu. Téměř žádný z tradičních prodejců přitom není schopen konkurovat cenám těchto čerpacích stanic, které prodávají PHM s minimální marží.

Vlastní síť čerpacích stanic připravují i družstva Coop. Ve svých vlastních benzínkách chtějí nabízet jen nejprodávanější benzin Natural 95 a naftu. Pohonné hmoty nabídnou zákazníkům až 70 prodejen, sedm by mělo být v provozu už letos. Vlastní pumpy provozuje už Jednota Havlíčkův Brod a Konzum Ústí nad Orlicí.

MasterCard – vyhledávač kreditní karty

Návštěvníci www.kreditka.cz si nově mohou vyzkoušet Vyhledávač kreditní karty. Tento užitečný nástroj vyvinula společnost MasterCard ve spolupráci s českými vydavateli kreditních karet MasterCard. Při vyhledávání kreditní karty, která bude pro daného zájemce optimální, si každý může zvolit ta kritéria využívání karty, která považuje za nejdůležitější. Na základě vybraných kritérií mu vyhledávač následně vygeneruje užší výběr karet, který si zájemce může prohlédnout a jednotlivé karty mezi sebou vzájemně porovnávat. Ve vyhledávači jsou obsaženy všechny podstatné informace – vydavatel karty, cena za vydání karty, poplatky za vedení karty, délka bezúročného období a další. Pro kompletní informace o daném produktu je u každé karty umístěn odkaz na internetovou stránku karty.

Výstavba CPI City Center v Ústí nad Labem pokračuje

Výstavba multifunkčního komplexu CPI City Center v Ústí nad Labem bude pokračovat. Na schůzce 23. dubna se na tom dohodli zástupci investorské skupiny CPI Group a primátor Ústí nad Labem Jan Kubata. Výstavba víceúčelového centra s hotelem, kanceláři, maloobchodem a kongresovým centrem tak bude od druhé poloviny května pokračovat podle původního plánu. „V projektu CPI City Center došlo pouze k nepatrným změnám, oproti původnímu záměru. Stejná zůstává také výše předpokládaných investic, které by neměly překročit částku 700 milionů korun,“ říká generální ředitel CPI Group Zdeněk Havelka. „Stavba bude zahájena koncem května. S jejím dokončením počítáme koncem roku 2010,“ dodává.



VE 4. ČÍSLE NAJDETE:



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

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

economia
OBSAH ROZHODUJE

Veletrh dobrého smyslu pro chuť

Mezi 2. a 5. dubnem proudilo během třetího ročníku veletrhu Slow Food halami na výstavišti ve Stuttgartu více než 40 tisíc návštěvníků, a to i přesto, že se letos nekonaly všechny paralelní veletrhy. Požitkáře, z nichž bylo 40 % odborných návštěvníků, lákalo 380 vystavovatelů a také 103 vinic. Veletrhu se zúčastnily hlavně firmy z Německa, Itálie a České republiky. Ta byla zastoupena 12 výrobci, kteří prezentovali tradiční české výrobky: řeznictví a uzenářství – Václav Kozel, moravská vína – Croy Koncept, vína, likéry a destiláty – Rudolf Jelínek, olomoucké tvarůžky – AW Loštice, pivo – Pivovar Náchod, suchary – Středovy pekárny, pekárenské výrobky – Štefanovo pekařství, včelí produkty – Včela-produkt, koření – Ceria, cukrářské výrobky – Vladimíra Veselá – cukrářství a výrobce kmínového likéru Milan Kantorek. O propagaci a zviditelnění české gastronomie na veletrhu se postarala Česko-německá obchodní a průmyslová komora ve spolupráci se společností Slow Food Česká republika, které na veletrhu organizovaly společný stánek tradičních českých produktů.

Významnou událostí byla také akce Český večer, která se na veletrhu konala poprvé. Veletrh Slow Food se opět nesl ve znamení pohostinnosti. Byl tržištěm nápadů doplněným kongresy a chuťovými požitky, soutěžemi pro děti, semináři či přednáškami. K výjimečné atmosféře přispěla dlouhá tabule napíječ výstavní halou symbolizující společné stolování.

Zisk Debenhams stoupí

Společnosti Debenhams, která je druhým největším řetězcem obchodních domů v Británii, vzrostl za šest měsíců fiskálního roku zisk před zdaněním o 11 % na 104,2 mil. liber (3,1 mld. Kč). Podle ČTK firma informovala, že i 2. pololetí začalo dobře, avšak ve výhledu na celý fiskální rok do konce srpna zůstává obezřetná. Tržby v obchodech otevřených nejmeně jeden rok se snížily o 3,6 %, zisková marže se však zvýšila. Za prvních sedm týdnů druhého pololetí do 18. dubna srovnatelné tržby dokonce stouply o 1,9 %. Spotřebitelé v Británii utrácí v době krize nad očekávání.

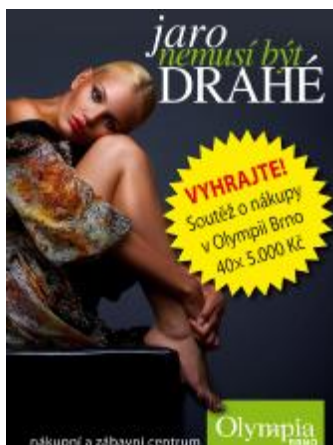
Vývoj průmyslového trhu v prvním čtvrtletí 2009

Podle společnosti Cushman & Wakefield v České republice v prvním čtvrtletí letošního roku rapidně rostlo tempo růstu dokončených průmyslových ploch ve srovnání se stejným obdobím roku 2008. Potvrzují to data za první tři měsíce, kdy se celkově od ledna do konce března postavilo 231 822 m². Nová výstavba tak vzrostla oproti stejnému období loňského roku o 177 %.

Vysoký nárůst proti loňskému roku je způsoben především dostavbou projektů, jejichž výstavba začala již v loňském roce a dostavba byla posunuta na rok letošní. Od ledna do března 2009 se v ČR pronajalo a bylo nájemníkům předáno o 18 % průmyslových ploch více (172 998 m²) než v prvním čtvrtletí roku loňského (145 986 m²), respektive o 10 % více než ve srovnatelném čtvrtletí roku 2007.

Kampaň Jaro nemusí být drahé

Nákupní a zábavní centrum Olympia Brno realizovalo kampaň s názvem Jaro nemusí být drahé. Investice činila 6 mil. Kč. „Naším cílem bylo povzbudit u návštěvníků chuť k nakupování a obchodně podpořit dny s potenciálem, tedy hlavně pracovní dny,“ říká autor kampaně Aleš Navrátil, ředitel obchodu a marketingu nákupního a zábavního centra Olympia Brno. Kampaň probíhala, v dubnu, klasická outdoorová část tvořená 350 billboardy ve spádové oblasti centra Olympia Brno byla kombinována s rozhlasovou podporou a plošnou inzercí v lifestyleových magazínech. Přibližně 500 tisíc slevových knížek bylo distribuováno formou vkládky do deníku Blesk, společenských a lifestyleových magazínů a neadresným roznosem do schránek v rezidenčních zónách spádové oblasti.



Nová „jarní kolekce“ POD

Společnost GO! Česká republika spustila od března nové formy POD pro své zákazníky s názvem GO! Tracking. Zákazníci nyní mohou sledovat aktuální fázi v průběhu doručování jednotlivých zásilek. Novinky POD nabízí zákazníkům výběr ze třech možných informačních kanálů. „Využití nové služby GO! Tracking je individuální a záleží zejména na potřebách našich zákazníků. Volbu zákazníka jistě ovlivní charakter, cena, důležitost zásilky včetně požadavku na rychlost doručení konkrétní zásilky pro danou lokalitu.“

Jelikož je naší prioritou mít především spokojené zákazníky, možnost výběru informační služby je pro ně velmi důležitá. Věřím, že tato jarní novinka naše zákazníky příjemně potěší a zároveň její pravidelné užívání zkvalitní naše dosavadní služby a poskytovaný servis,“ říká jednatel firmy Martin Koča.

Interspar rozšiřuje sortiment vína

Aktuální vinný katalog s nabídkou tuzemských i zahraničních vín včetně novinek a značek s mezinárodním oceněním připravila pro své zákazníky společnost Spar ČOS, provozovatel hypermarketů Interspar a supermarketů Spar. Nabídka je platná od 29. dubna do 12. května 2009.

„Spar ČOS vinným katalogem reaguje nejen na stoupající oblibu vína v České republice, jehož spotřeba podle údajů Českého statistického úřadu rok od roku stále roste, ale také na aktuální potřeby zákazníků,“ říká Petr Jindra, marketingový ředitel firmy.

V prvním čtvrtletí tohoto roku proto byla do vinného sortimentu zařazena nová tuzemská i zahraniční vína s výrazným poměrem kvalita a cena. V každé letákové akci se rovněž objevuje tzv. „Tip sommeliéra“, díky kterému zákazník obdrží ucelenou informaci o nabízeném víně.



Do Česka směřuje módní řetězec KappAhl

Švédský obchodní řetězec s módou KappAhl vstupuje na český trh. První prodejnu o ploše 850 m² otevře v říjnu v nákupním a zábavním centru Olympia Brno, v následujícím roce plánuje expanzi do dalších českých měst.

Česká republika se tak po Švédsku, Norsku, Finsku a Polsku stane pátou zemí, kde KappAhl provozuje své prodejny. Podle slov ředitele společnosti Christiana W. Janssona padla volba na Olympii kvůli její lokaci a dlouhodobé úspěšnosti. Na podzim 2009 KappAhl otevře druhou prodejnu v Praze, v roce 2010 budou následovat další obchody ve větších českých městech.

Tato společnost s tradicí od roku 1953 se specializuje na módu pro ženy ve věku 30–50 let, prodává také pánské a dětské oblečení, vše od vlastních designérů. V pěti zemích má více než 300 prodejen.

Samsung získal TIPA Award 2009

Společnost Samsung Electronics slaví získání prestižního ocenění pro nejlepší foto, video a digitální přístroj v Evropě TIPA Award 2009, které každoročně udílí nezisková asociace složená z 29 zástupců z 13 odborných redakcí z celé Evropy. Ocenění TIPA Award 2009 získala digitální kamera Samsung SMX-F34 s vnitřní flash pamětí s kapacitou 16 GB. Videokamera Samsung SMX-F34 je kompaktní multimediální model nové generace, navíc kompatibilní s YouTube.

Přednost má Costa Coffee

Nedávno provedený průzkum mezi konzumenty kávy ve Velké Británii ukázal, že více než 70 % z nich preferuje kávu Costa Coffee před nápoji ostatních kavárenských řetězců. Nezávislého průzkumu agentury Tangible Branding, realizovaného na počátku roku, se zúčastnilo 334 respondentů, kteří sami sebe označili za milovníky kávy. Hodnotili neoznačené vzorky cappuccina od tří různých kavárenských řetězců – Costa Coffee, Caffè Nero a Starbucks. Ukázalo se, že 69 % respondentů upřednostňuje cappuccino Costa Coffee před nápojem řetězce Caffè Nero. Ve vztahu ke cappuccinu společnosti Starbucks byl rozdíl ještě o něco výraznější – 72 % respondentů vybralo cappuccino Costa Coffee a pouze 28 % zvolilo kávu Starbucks. „My v Costa Coffee jsme samozřejmě velmi hrdí na výsledky nezávislého výzkumu,“ říká Jim Slater, marketingový ředitel Costa Coffee, a pokračuje, „výsledky jsme se proto rozhodli oslavit reklamní kampaní, kterou bychom veřejnosti rádi sdělili informace, které z průzkumu vyplynuly.“

Ocenění reddot design award 2009

Nejnovější inovace značky Braun, bodycruzer a Silk-épil Xpressive, získaly ocenění reddot design award za rok 2009. Oba výrobky dokázaly přesvědčit porotu mezinárodně uznávaného nezávislého ocenění – novinka pro péči o tělo a špičkový epilátor získaly ocenění v kategorii Produktový design. V roce 2009 se jen v této kategorii sešlo 3231 přihlášených výrobků od 1400 firem ze 49 zemí. Ocenění reddot design award za rok 2009 bude uděleno na slavnostním předávání 29. června 2009.

DB Schenker se přestěhuje do „zeleného“ centra

DB Schenker buduje v Melbourne nové „zelené“ logistické centrum. Díky tomuto areálu u melbournského mezinárodního letiště by měla v červenci společnost Schenker Australia podle plánu výrazně rozšířit své spediční a logistické operace. Areál nabízí 11 tisíc m² skladových prostor pro škálu logistických služeb a 2500 m² kancelářských prostor pro

(Pokračování na stránce 3)

Pojištění v hypermarketech Globus

Globus jako první řetězec na českém trhu doplňuje svoji nabídku finančních služeb o pojištění. Finanční společnost Cetelem začala od 24. dubna nabízet ve všech hypermarketech Globus pojištění produktů Allianz. Jedná se o cestovní pojištění, autopojištění, pojištění majetku a odpovědnosti za škodu. „Globus chce svým zákazníkům nabídnout plnohodnotné finanční služby, od dubna si tedy mohou kromě stávajících spotřebitelských úvěrů, kreditních karet či osobních půjček od Cetelemu sjednat i pojištění od Allianz pojišťovny,“ uvádí Boris Malý, ředitel marketingu společnosti Globus. Firma se navíc rozhodla nabídku pojištění produktů podpořit tak, že každý zákazník obdrží při placení u pokladny poukaz na slevu k jednotlivým produktům, kterou bude moci následně uplatnit na stánku Finančních služeb při sjednání vybraného pojištění.

Tankování s FuelOmatem

Společnost FuelOmat uvádí na český trh novou technologii kontroly a plateb za čerpání pohonných hmot. Platební transakce a kontrola vozidla je přitom plně automatická. Řidič si tak může ušetřit stání fronty u pokladny, zatímco firma, která bude technologii užívat, si zjednoduší administrativu a získá plnou kontrolu nad pohybem své firemní flotily. S využíváním systému jsou spojeny také slevy za čerpání pohonné hmoty.

V zahraničí je systém instalován ve více než dvou milionech vozů ve 30 státech a díky jeho použití dosahují podnikatelé až 40 % úspor v nákladech na pohonné hmoty. Ve světě je technologie FuelOmat nainstalována nejen ve firemních vozech, ale velmi často se kvůli rychlosti a pohodlí využívá i v soukromých vozech. V Izraeli ji používá téměř 70 % všech firemních vozů.



Tržby McDonald's dosáhly 3,7 miliardy korun

McDonald's ČR udržel i v roce 2008 pozitivní trend růstu a může se pochlubit historicky nejlepším hospodářským výsledkem za dobu svého podnikání v České republice. Jeho tržby vzrostly ve srovnání s rokem 2007 téměř o 18 % na 3 776 947 000 Kč. Počet zaměstnanců se v meziročním srovnání zvýšil z 3800 na 4065.

V 78 restauracích McDonald's v ČR bylo v loňském roce obslouženo 59 938 175 zákazníků. Růst firma očekává i v letošním roce. „Výsledky roku 2008 jsou opětovným potvrzením rostoucí obliby našich restaurací. McDonald's velmi pružně reaguje na měnící se zvyklosti i preference zákazníků. V roce 2008 jsme investovali přes 240 mil. Kč do moderního designu našich restaurací a otevření provozoven v nových atraktivních lokalitách. I v roce 2009 budeme v tomto aktivním přístupu k českému trhu pokračovat,“ říká Radek Janalík, generální ředitel McDonald's ČR a SR.

Jarní reklamní kampaň Office Depot

Dne 25. dubna odstartovala firma Office Depot kampaň, která upozorňuje na garanci „Zítřka nebo zdarma“. Kreativní kampaň, kterou připravila agentura Attractive, je v oboru kancelářských potřeb neobvyklá. Běží současně také na Slovensku a je zacílena především na printová média. Cílem kampaně je představit Office Depot jako lídra na trhu s kancelářskými potřebami, který dokáže plně uspokojit poptávku svých klientů.

„V B2B segmentu jsme zvolili netradiční formu komunikace, která je běžná ve vidění spíše v retailu. Věříme, že nám využití printu a internetu, v doplnění o microsite, spotřebitelskou soutěž a virální aktivity, přinese výsledky, které od této kampaně požadujeme. V našem oboru je takováto kampaň takovou malou revolucí,“ uvádí manažer marketingu Office Depot Marcel Schmidt.



Intenzivní kampaň na značku Pardál

Budějovický Budvar přichází s novou reklamní kampaní – Vylad' si léto s Pardálem. Cílem kampaně je podpora image značky, zvýšení její spontánní znalosti a zvýšení loajality ke značce mezi spotřebiteli. Kampaň začala 27. dubna a bude trvat až do konce srpna. Základem úvodní části kampaně je komunikace v místech prodeje, založená na SMS soutěži pro konzumenty. Součástí dále budou televizní a rozhlasové spoty a aktivity na internetu. V průběhu prázdnin bude kampaň pokračovat sérií netradičních eventů – Pardáleto.

(Pokračování ze stránky 2)

230 zaměstnanců. V novém objektu se sejdou pracovní týmy, které v současné době působí na čtyřech různých místech.

„Nové logistické centrum ukazuje, že ekologické a ekologické iniciativy mohou jít ruku v ruce. Využíváním dešťové vody a sluneční energie chráníme životní prostředí a současně snižujeme provozní náklady. Dlouhodobě úsilí a investice do trvale udržitelného modelu podnikání jsou součástí našich základních hodnot a z našeho příspěvku k ochraně přírody budou mít prospěch všechny skupiny zainteresované na chodu společnosti Schenker Australia,“ říká Ron Koehler, ředitel společnosti Schenker Australia.

Transakce kartami Visa vzrostly

Společnost Visa Europe, působící na evropském trhu s platebními systémy, zaznamenala v prvních třech měsících letošního roku 9% nárůst v množství provedených transakcí týkajících se debetních a kreditních karet v porovnání se stejným obdobím v roce 2008. Firma uskutečnila od 1. ledna do 31. března celkem přes 1,62 miliardy transakcí, přitom ve stejném čtvrtletí roku 2008 dosáhla 1,49 miliardy transakcí. Nejvyšší procentuální nárůst zaznamenala společnost Visa v počtu transakcí spojených s účty za služby, jako jsou elektřina, plyn či voda. Transakce v restauračních zařízeních vzrostly o plných 16 %, v supermarketech a obchodech s potravinami byl zaznamenán nárůst o 13 %. Ecommerce (elektronické obchodování) i nadále vzrůstalo a 26% růst jednoznačně naznačuje, že online obchodníci mají v současnosti na trhu mnohem vyšší podíl než ostatní obchodníci.

Personálie

- Na pozici manažera souhrnných služeb společnosti TNT Express, dodávající expresní služby, nastoupil začátkem dubna Radan Beneš. V nové pozici bude odpovědný za správu majetku, lidské zdroje, kontrolu kvality, nákupy, administrativu a ochranu životního prostředí.
- Společnost ProLogis oznámila jmenování Garyho Andersona ředitelem mezinárodního investičního managementu, se sídlem v ředitelství ProLogis v Denveru. Bude zodpovědný za soukromé kapitálové operace společnosti, management investičních fondů a joint venture aktivity. Uvolněnou pozici evropského ředitele převzme Philip Dunne, který od roku 2008 působil jako provozní a finanční ředitel ProLogis v Evropě. V minulosti zastával funkci výkonného ředitele pro Evropu, Střední východ a Afriku u Jones Lang LaSalle, mezinárodní společnosti poskytující finanční a poradenské služby v oblasti realit a investičního managementu.