

line REGAL

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 26/09, 30. 6. 2009

Regal a Makro vyhlašují soutěž Prodejna roku '09

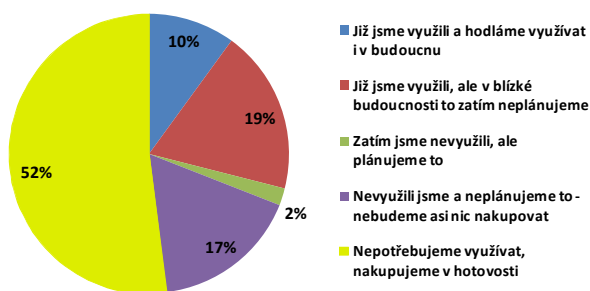
Časopis Regal pod záštitou vydavatelství Economia vyhlásil čtvrtý ročník soutěže Prodejna roku. Generálním partnerem soutěže se již potřetí stala společnost Makro Cash & Carry ČR. Dalším partnerem soutěže je opět certifikační společnost TÜV SÜD Czech. Soutěž Prodejna roku '09 je určena všem nezávislým prodejcům, a to jak z oblasti potravin, tak dalšího spotřebního zboží. Do soutěže může prodejnu nominovat její majitel, ale i zákazník, který ji považuje za ideální místo pro své nákupy. Soutěž je určena všem nezávislým prodejcům, a to jak z oblasti potravin, tak dalšího spotřebního zboží. Do minulého ročníku soutěže se přihlásilo přes 200 prodejen, z nichž byla většina regionálních. „Již po skončení minulého ročníku a vyhlášení vítězů jsme ze strany nezávislých prodejců zaznamenali zájem o přihlášky do letošního ročníku soutěže, a to jak ze strany hodnocených prodejen, tak těch, kteří se o soutěži dozvěděli po vyhlášení nejúspěšnějších z médií,“ říká Radana Čechová, šéfredaktorka časopisu Regal. Přihlášky do soutěže mohou zájemci posílat až do 15. září 2009 podle instrukcí na www.prodejnaroku.cz, kde je rovněž zveřejněna výsledková listina a fotografie z minulých ročníků. Nominace je možná zasláním e-mailu na regal@economia.cz nebo přihlašovacím lístku, který je distribuován v časopisech Regal a v tiskovinách společnosti Makro, na adresu vydavatelství. V říjnu proběhne hodnocení porotou, ve které zasednou stejně jako loni odborníci z marketingu, komunikace, reklamy, designu, ale i manažeri firem dodávajících vybavení prodejen. Hodnocení bude probíhat jednak na základě získaných bodů za vizuální stránku prodejen, a jednak na základě bodů získaných v mystery shoppingu, který provede společnost TÜV SÜD. Slavnostní vyhlášení a oznámení konečných vítězů je plánováno na polovinu měsíce listopadu. V případě doplňujících informací kontaktujte šéfredaktorku časopisu Regal, Radanu Čechovou na e-mail radana.cechova@economia.cz.

**PRODEJNA
ROKU '09**

Nákup elektroniky na splátky láká

Společný projekt firem Incoma Research a GfK Praha – studie Elektro 2009, ukázal, že více než polovina českých spotřebitelů elektroniky při nákupu tohoto sortimentu nepotřebuje využívat nákup na splátky a zásadně nakupuje za hotové. Naopak k využití splátkového programu v minulosti se přiznává téměř třetina spotřebitelů elektro zboží. A k využití tohoto způsobu koupě se v nejbližší době chystá více než jedna desetina spotřebitelů elektro zboží. Nejčastěji využívají nákup na splátky mladší lidé: téměř polovina z nich má již s nákupem na splátky zkušenost. Naopak pouhých 10 % zákazníků ve věkové kategorii nad 55 let využilo někdy v minulosti tento druh financování nákupu elektro zboží. Nejčastěji se spotřebitelé chystají na splátky pořídit televizor, případně chladničku nebo kombinaci chladničky s mrazákem a také pračku. K nákupu na splátky mají čeští spotřebitelé elektro sortimentu v úmyslu využít nejčastěji společnost Cetelem nebo Home Credit. Třetí pozici obsadila společnost GE Money Multiservis.

Jaký je váš postoj k nákupu elektrospotřebičů na splátky?



Zdroj: Elektro 2009, Incoma Research a GfK Praha

DB Schenker expanduje s novou službou

Přeprava balíkových zásilek DB Schenkerparcel rapid je nový servis pro zákazníky, kteří denně pravidelně odesílají minimálně tři balíky a kromě toho využívají ještě jakýkoli jiný typ služeb DB Schenker. „Balíkové přepravy již dlouhodobě zajišťujeme po Evropě, ale v rámci ČR je tato služba novinkou. Za zavedením nové služby stála silná poptávka stávajících zákazníků po poskytování širšího portfolia služeb. Současná situace je příznivá pro velké speditéry s celosvětovou působností. Velké společnosti dokážou lépe využít mezer na trhu a v péči o zákazníka umí mobilizovat celé své zázemí,“ říká Jan Lacina, produktový manažer pozemních přeprav DB Schenker.

V ČÍSLE 6-7 NAJDETE:



- World Retail Congress
- Strategie společnosti Penny Market
- Wellness a zdravá výživa

Regal 6-7/2009 vyšel 24. června
Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Rozšíření řady lahví Bordeaux

Společnost O-I, výrobce obalového skla, rozšířila svou ucelenou řadu lahví typu Bordeaux o dvě nové standardní lahve z odlehčeného skla. Ultralehký model ECO O2 představuje balení cenově přístupných vín, model Reference O2 nabízí elegantní a luxusní vzhled prémiovým vínům. Přestože mají obě lahve nižší hmotnost, zachovávají si rozměry a vysokou kvalitu žádanou majiteli značek i spotřebiteli. Lahve jsou výrazně šetrnější k životnímu prostředí, a to při výrobě i jejich používání. Díky nižší hmotnosti dochází k výrazným úsporám paliva při přepravě a úsporám energie a vody při výrobě. Každý rok se díky nové ekologické vinné lahvi ECO O2 ušetří tolik energie, kolik je potřeba na provoz 1,5 milionu 60W žárovek. Výroba nové lahve Reference O2 ušetří 600 tisíc litrů paliva.

Investice do nemovitostí

Podle společnosti Cushman & Wakefield poklesl objem obchodů komerčních nemovitostí v prvním čtvrtletí na 11,4 mld. eur, což je o celých 74 % méně než ve stejném období loňského roku. Maximální výnosy lukrativních nemovitostí, tzv. prime yield, narostly o 28 bazických bodů na 7,5 %, což je nejvyšší úroveň za posledních téměř pět let a o 139 zákl. bodů více oproti roku 2007. Trh nájmu se stále více propadá, zaznamenán pokles nájmu ve 24 ze 32 sledovaných zemí a celkově o 14,5 % (pohyb za 1. čtvrtletí přepočtený na celý rok). V čele trendu poklesu je východní Evropa. Objevují se ovšem již určité náznaky, že někteří investoři jsou připraveni jednat – probouzí se zájem o investice ve Velké Británii. Otázkou ovšem je, kolik majetku je k dispozici a bude-li v nabídce to, o co mají investoři zájem.

Atraktivita měst pro maloobchod

Experian a realitní poradenská společnost Jones Lang LaSalle nově vydávají „Žebříček nejatraktivnějších evropských měst pro malo-

(Pokračování na stránce 2)

Ocenění MasterCard Firemní banka roku

Finanční ředitelé nejvýznamnějších firem v České republice již po páté vybírali banku s nejlepšími produkty pro firemní klientelu. Za první Komerční bankou se na druhém místě se umístila Česká spořitelna, třetí byla ČSOB. Ocenění MasterCard Firemní banka roku zaštiťuje společnost MasterCard Europe, která jej udílí v rámci žebříčku 100 nejvýznamnějších firem ČR vyhlášeným Sdružením Czech Top 100.

„Český bankovní trh se neustále dynamicky rozvíjí. Banky velmi často pružně reagují na ekonomickou situaci a přicházejí s novými nabídkami pro své klienty. Jak jsme zjistili, je pro mnohé společnosti obtížné orientovat se v nabídce bankovních produktů. Ocenění MasterCard Firemní banka roku je objektivním vodítkem, jak se na trhu zorientovat,“ uvádí Pavel Javorský, ředitel kanceláře MasterCard Europe pro ČR a SR.

„Rozmazlující dny“ v Paláci Flóra

Palác Flóra připravil pro své zákazníky akci s názvem „Rozmazlující dny“. Této nabídky se může zúčastnit každý, kdo zde během jednoho měsíce o víkendech utratí více jak 5 tisíc Kč. Členové Věrnostního klubu pouze částku 2500 Kč. Každý měsíc až do konce roku získají tři vylosovaní výherci voucher na balíček služeb, obsahující program pro dva na celý den strávený v Paláci Flóra.

Například thajskou masáž pro dva nebo večeri v hodnotě 1000 Kč. „Věříme, že jsme pro své návštěvníky připravili zajímavou nabídku. Přáli bychom si, aby k nám našli cestu všichni ti, kdo si chtějí zpestřit víkendový den a užít si všech služeb, které Palác Flóra nabízí,“ říká Zuzana Trédlová, marketingová ředitelka Paláce Flóra.



Odměny za platby debetními platebními kartami

GE Money Bank, jako jediná na českém trhu, nabízí program odměn za platby debetními platebními kartami. V rámci služby Odměna za platby kartou klientům vrací peníze na účet za každou platbu na internetu a u obchodníků.

Od 1. června banka upravuje výši odměn. Za platbu debetní kartou MasterCard Gold a MasterCard Business Premium nyní klienti získávají zpět 0,6 % z hodnoty nákupu a u karet MasterCard Standard, MasterCard Business a MasterCard Internet 0,5 %.

U elektronické debetní platební karty Maestro odměna dosahuje 0,4 %. GE Money Bank nabízí nejvyšší odměny za platbu kartou na českém trhu, klientům od května 2008 vyplatila již více než 27 mil. Kč.

Mezinárodní veletrhy Styl a Kabo se změnami

Mezinárodní veletrhy Styl a Kabo srpen 2009, které jsou považovány za největší prezentaci módního průmyslu v ČR a ve střední Evropě a na více než 10 tisících m² celkové výstavní plochy očekávají přibližně 550 firem z 20 zemí, provází řada novinek. Každý pavilón bude např. mít své vlastní přehlídkové molo s prezentací aktuálních kolekcí pro nadcházející sezónu.

„Nejvíce změn nastane v umístění jednotlivých branží v rámci areálu, neboť chceme vystavovatelům i návštěvníkům vyjít vstříc a nabídnout jim kvalitnější a efektivnější prezentaci a prostor pro obchod. Veletrh Kabo bude mít v novém pavilonu P novou sekci softwarového vybavení pro malo- a velkoobchod, která má zjednodušit systém objednávek, řízení skladových zásob a celkové řízení obchodu,“ doplňuje Gabriela Vargová, ředitelka veletrhů Styl a Kabo.



KPP spolupracuje se sítí Siko

V síti koupelnových studií Siko si od června lze kromě obkladů, dlažby či sanity vybírat i z dřevěných podlahových krytin, které na český trh dováží společnost Kratochvíl parket profi (KPP). Zkušební projekt na principu shop in shop systém byl jako první spuštěn v prodejně Siko Shopping Park Avion na Skandinávské ulici v Brně.

Cílem projektu je informovat a prezentovat vybrané dekory kvalitních dřevěných podlah značek Kährs a Solidfloor, laminátových podlah Witec a podlahy Marmoleum Click v místech, kam přicházejí lidé, kteří právě staví, vybavují či renovují byt nebo dům. Prezentace KPP v prostorách prodejny Siko je založena na bázi zprostředkování informací a představení produktů.

(Pokračování ze stránky 1)

obchod“ pro rok 2009, který jako první mapuje vztah spotřebitelských výdajů v evropských městech a nájemného za nejlepší maloobchodní prostory v nejlepších lokalitách. Experian zhodnotil úrovně maloobchodních výdajů všech hlavních evropských měst, zatímco Jones Lang LaSalle poskytl data k nájmu. Londýn a Paříž zastávají první a druhou příčku v rámci spotřebitelských výdajů a dosahují nejvyššího nájemného v nejlepších lokalitách. V Itálii, Německu a Španělsku se nacházejí vždy dvě městská centra, která se dostala do první desítky destinací pro maloobchod. Moskva je jediné město střední a východní Evropy, které se umístilo v této tabulce 10 nejatraktivnějších evropských měst pro maloobchod.

Investiční aktivity jsou stále nízké

Podle nejnovější studie společnosti CB Richard Ellis bylo v květnu do nemovitostí investováno přibližně 85 mil. eur, což představují dvě transakce, které se uskutečnily v Rusku a částka se blíží průměru za poslední měsíce roku 2009. Zveřejnilo se i pár transakcí, které se udály v prvním čtvrtletí 2009 a dosud nebyly známy, čímž celková suma investovaná do realit od počátku roku do konce května 2009 vzrostla na celkových 419 mil. eur. Nejaktivnějším trhem je Rusko, kde investice představují 40 % z celkové částky. Jos Tromp z oddělení průzkumu trhu pro střední a východní Evropu k tomu dodává: „Pokračující aktivita na ruském trhu může být ovlivněna několika faktory, zahrnující rychlejší změny cen v porovnání se zbytkem regionu, velikostí kancelářského trhu v Moskvě, retailovým trhem, rostoucí cenou komodit. Nicméně většina institucionálních investorů má stále zájem o střední Evropu navzdory nízké aktivitě na těchto trzích.“

Nejinovativnější značka roku 2009

Šestý ročník největší evropské soutěže Plus X Award, která oceňuje nejkvalitnější produkty, inovativní technologie a značky, opět vyznamenal ty nejlepší výrobce. Celkem bylo cenou vyznamenáno přes 260 výrobků ve 13 kategoriích: od inovativních plošných obrazovek, digitálních kamer nové generace či víceúčelových multimediálních mobilních telefonů přes ekologické, plně automatické pračky až po funkční sportovní oblečení. Ocenění v kategorii Sport a životní styl získala jako „Nejinovativnější značka roku 2009“ firma Kettler, a to za 24 produktů, což se ještě žádnému z účastníků v historii soutěže nepodařilo. Byl oceněn její důraz na inovace a vývoj v oblasti fitness přístrojů.

Carrefour vstoupil na ruský trh

Francouzská společnost Carrefour, která je druhým největším maloobchodním řetězcem na světě, podle ČTK otevřela 18. června svůj

(Pokračování na stránce 3)

Rekonstrukce potravin Tesco dokončena

Potravin Tesco na Národní třídě jsou od 20. 6. opět po tříměsíční rekonstrukci v provozu. Zákazníci je najdou stejně jako dříve v suterénu obchodního domu Tesco. „Co se však kompletně změnilo, je interiér prodejny, který byl navržen podle nejnovějších poznatků o moderním a pohodlném nakupování. Zároveň jsme rozšířili v různých cenových relacích sortiment potravin. Zákazníci tak zde najdou zboží, na které jsou zvyklí, ale i různé novinky a speciality,“ říká ředitel obchodního domu Tesco Martin Behán. Otevření nové prodejny potravin je součástí kompletní rekonstrukce budovy Tesco a její přeměny na obchodní dům My, jehož otevření je plánováno na podzim.

Guerilla a viral s Griluj!

Značka Hellmann's se pro komunikaci letní grilovací kampaně „Užijte si skutečné letní grilování“ v ČR a SR rozhodla využít guerilla a viral marketing. Nad Letenským tunelem se 16. 6. ráno objevil čtyřmetrový nápis Griluj! připomínající známou hollywoodskou atrakci. Následující dny vyběhly do ulic skupiny běžců s ohněm a s praporem s nápisem Griluj!.

Kampaň proběhla obdobným způsobem i v Bratislavě. Další Griluj! aktivity spojené s kampaní byly naplánovány i ve vybraných regionech České republiky a Slovenska. Nápad na kampaň vzešel z dílny kreativní agentury Missing Element a LAB-AD.



Nové čokolády pro děti

Společnost Nestlé Česko představuje novou řadu výrobků Orion pro děti vyrobených pouze z čistě přírodních, kvalitních ingrediencí. Celá řada je označena symbolem „čistě přírodní ingredience“, zaručujícím použití kvalitních přírodních surovin ve všech dětských produktech. „Výzkumy ukazují, že matky pečlivě sledují složení výrobků určených pro děti. Jsme přesvědčeni, že naše čokolády pro děti vyrobené z čistě přírodních ingrediencí uspokojí vysokou kvalitou maminky, které chtějí své děti odměnit čokoládou a přitom mít dobrý pocit, že dětem dávají to nejlepší,“ říká Milana Bazanac, brand manažerka dětské řady značky Orion. Obaly produktů jsou určeny především dětem, představují proto naučný koncept o dobrodružství spojeném s výrobou čokolády.

1. ekologická továrna Panasonic v Evropě

Společnost Panasonic oznámila, že její továrna Panasonic AVC Networks Czech (PAVCCZ) v Plzni byla vyhlášena 1. ekologickou továrnou v Evropě. Výrobní závod na televizi PAVCCZ byl otevřen v březnu 1996 a od té doby vyrobil více než 16 milionů televizorů. Bude také hrát klíčovou roli při dosažení celosvětového cíle Panasonic ve snížení emisí CO2. Dalším cílem firmy je přispět k environmentálnímu rozvoji města Plzně a celého regionu. „Vyhlášením první ‘eco ideas’ továrny v Evropě nastupujeme dlouhou cestu, na jejímž konci je splnění cílů v oblasti redukce emisí CO2,“ říká Laurent Abadie, výkonný ředitel společnosti Panasonic Europe.

Avion rozjel věrnostní program

Avion Shopping Park Brno jako první nákupní centrum na Jižní Moravě spustilo věrnostní program Avion Club. Jeho cílem je podpora stálých zákazníků. „Hledali jsme něco, čím bychom se odměnili věrným zákazníkům. V současné době modernizujeme v Avionu obchodní pasáž, tak aby vyhovovala nejmodernějším nákupním trendům. To s sebou přináší občasné stavební úpravy či dočasné uzavření některých prostor. Chtěli jsme se odměnit všem, kteří i v době modernizace Avionu zůstávají věrni“ sděluje k projektu Martina Procházková, marketing manager brněnského nákupního centra Avion. Věrnostní program zatím funguje u více než patnácti partnerských obchodů.

Kampaň na bezpečkové melouny

Společnost Anecoop, hlavní importér čerstvého ovoce a zeleniny ze Španělska, připravuje společně s agenturou Relative PR uvedení bezpečkových melounů pod značkou Bouquet na český trh. „Agenturu jsme si vybrali především kvůli jejímu individuálnímu přístupu a kreativnímu zpracování celé melounové kampaně,“ říká ředitel firmy Ferran Cabrera. Během léta zajistí agentura např. dětský den Melounween, Melounový festival nebo ochutnávky v ulicích Prahy. Na melounové překvapení se mohou těšit také žáci základních škol v Praze u příležitosti konce školního roku. Kampaň bude zahájena netradiční tiskovou konferencí, melounovým vařením s „Kluky v akci“. Bezpečkové melouny Bouquet lze koupit v červnu a v červenci ve vybraných supermarketech a u maloobchodců.

(Pokračování ze stránky 2)

první obchod v Rusku. „Ve všech zemích posuzujeme všechny možnosti, které by nám umožnily zrychlit rozvoj,“ říká ředitel Carrefouru Thierry Garnier. O Carrefouru se nyní spekuluje jako o možném zájemci o převzetí ruské společnosti Sedmý kontinent. Thierry Garnier se ale nechce k těmto spekulacím vyjadřovat. „Každý den se objevují nějaké spekulace, já je ale nebudu komentovat,“ tvrdí. Zdroje z bankovních kruhů letos v únoru podle agentury Reuters uvedly, že Carrefour má o převzetí řetězce Sedmý kontinent, který sídlí v Moskvě, značný zájem, a to proto, aby se mohl co nejdříve etablovat na ruském trhu. Carrefour údajně nabídl, že převezme podíl hlavního majitele Sedmý kontinent, kterým je podnikatel Alexandr Zanadvorov. Jeho podíl je zastaven u německého finančního ústavu Deutsche Bank.

Tesco zvýšilo v Británii tržby

Jak uvedla ČTK, britský maloobchodní řetězec Tesco v prvním čtvrtletí svého finančního roku zvýšil na domácím trhu objem tržeb o 4,3 %. Výsledek je v souladu s odhady analytiků. Celá skupina zvýšila tržby o 9,7 % a nejlépe si Tesco vedlo na zahraničních trzích. Tam se tržby zvýšily o 20,1 %. Tržby se v Británii zvýšily více než v předchozích třech měsících, Tesco ale i tak zaostalo za svými hlavními rivaly. Finanční ředitel podniku Laurie McIlwee upozorňuje, že zatím nelze mluvit o oživení na trzích společnosti: „Stále počítáme s obtížným rokem.“ Dodává, že spotřebitelé se nadále soustředí na co nejnižší ceny.

Personálie

- Evropský svaz obchodu, EuroCommerce, přivítal svého nového prezidenta Rainhardta Freiherr von Leoprechtinga, který tuto funkci slavnostně převzal v Bruselu 9. června při ceremoniálu za přítomnosti viceprezidenta Evropské komise Güntera Verheugena. Dosud pracoval pro německý velko- a maloobchod, od roku 1999 pro Metro Group, kde byl od roku 2004 šéfem pro podnikové vztahy. Prezidentem EuroCommerce se formálně stane 1. července. Nahradí odstoupajícího prezidenta a senátora Feargala Quinna, který vedl EuroCommerce tři roky.
- Největší světový výrobce spotřebního zboží Procter & Gamble jmenoval svým novým generálním ředitelem Roberta McDonalda, který dosud působil jako provozní ředitel. Ve funkci nahradí A.G. Lafleyho, jenž bude nadále působit jako předseda správní rady společnosti. Robert McDonald, který se nové funkce ujme 1. července, pomáhal společnosti P&G v restrukturalizaci a v budování aktivit na rozvíjejících se trzích. Stane se rovněž prezidentem firmy a členem správní rady.