

line REGAL

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 30/09, 8. 9. 2009

Supermarkety mají 14% podíl

Podle výzkumu Supermarket & Diskont 2009 společnosti Incoma GfK představují supermarkety v České republice 2 - 3 % z celkového počtu potravinářských prodejen, jejich podíl na celkovém potravinářském obrátu je přibližně 14 %.

V období od 1. 1. 2008 do 1. 6. 2009 se v ČR zvýšil počet supermarketů o 15, což je poměrně silný nárůst oproti roku 2007. V tomto období bylo možno sledovat na trhu supermarketů silný pohyb, dvě největší sítě v ČR (Albert, Billa) procházely optimalizací prodejní sítě, což se u Alberta projevovalo úbytkem prodejen, u Billy naopak přeskupením a posílením maloobchodní sítě.

Podle výzkumu se prodejní plocha supermarketů od počátku roku 2007 do 1. 6. 2009 zvýšila o cca 10 tis. m² prodejní plochy.

21 % supermarketových ploch je umístěno v Praze, což nasvědčuje městskému charakteru supermarketových prodejen. Hustota prodejní sítě vyjádřená plochou na 1000 obyvatel

je také největší v Praze. Vysoká hustota prodejních ploch tohoto formátu je zaznamenána také v Jihočeském, Olomouckém a Libereckém kraji. Nízká hustota prodejní sítě je naopak například v Moravskoslezském nebo Středočeském kraji. Pouhé dva řetězce, a to Albert a Billa, pokrývají svou prodejní síť všechny regiony v ČR. Tesco supermarket chybí již pouze ve Zlínském a Královéhradeckém kraji. Na rozdíl od velkoplošných prodejen jako jsou hypermarkety, umožňuje supermarketový koncept obsazování i menších měst s méně rozsáhlou spádovou oblastí. V těchto lokalitách však supermarkety stále více narážejí na konkurenci diskontních prodejen, což v konečném důsledku snižuje produktivitu supermarketových ploch podobným způsobem jako ji již dnes snižuje ve větších městech konkurence hypermarketů.

Tento vývoj vede ke značné územní nerovnoměrnosti ve vybavení supermarketovými plochami. Na jedné straně jsou v ČR okresy s více než 100 m² prodejních ploch supermarketů na 1000 obyvatel, na straně druhé existují okresy s několika málo či dokonce žádným supermarketem („prázdné“ jsou zejména západní a východní Čechy).

Siko Koupelny inovovala webové stránky

Společnost Siko Koupelny inovovala své webové stránky a nabídla tak zákazníkům ještě přehlednější a jednodušší cestu, jak si vybrat a pořídit novou koupelnu. Kromě nového designu a vylepšené struktury představuje také několik novinek - konfigurátor koupelen, e-shop, možnost ověření dostupnosti zboží a sledování stavu zakázky. Firma tak chce usnadnit svým zákazníkům výběr i nákup. „Stránky jsme rozdělili do tří základních sekcí: inspirace, plánování a nákup. Jsou to tři zásadní kroky, které klient při zařizování nové koupelny musí absolvovat. A na našich nových webových stránkách mu je pomůžeme úspěšně zvládnout, aby snadno došel ke své vysněné koupelně,“ říká Jan Voldán, marketing a PR manažer společnosti Siko Koupelny.



Regal 9/2009
vyjde 15. září

Předplatné na
www.eregal.cz

V ČÍSLE 9 NAJDETE:

- Lahůdky a delikatesy
- Obchod jako dětská hra
- Plánování v době krize
- Vánoce přejí (hlavně) připraveným



economia
OBSAH ROZHODUJE

Polský Electro World přejde k Mix Electronics

Prodejny Electro World budou i nadále působit v ČR a SR. Z polského trhu se ale společnost DSG International stahuje, podle HN prodá svých osm prodejen za jedno euro konkurenční firmě Mix Electronics. Nejedná se o první podobnou transakci. V květnu DSG International oznámila, že za jedno euro přejde devět prodejen v Maďarsku pod EW Electro Retail. Electro World má nyní ve střední Evropě 19 prodejen. Firma dříve uvedla, že prodejny Electro World ve finančním roce do 3. května 2008 utrpěly ve střední Evropě provozní ztrátu 6,8 mil. liber (zhruba 207,3 mil. Kč). Firma působí i v Británii, kde má řetězce Currys a PC World.

Distribuční centrum Deichmann

Dne 4. září 2009 bylo ve slovenském městě Dunajská Streda slavnostně otevřeno nové distribuční centra společnosti Deichmann. Přítomni byli: majitel firmy Heinz-Horst Deichmann, starosta města Zoltán Hájos, jednatel firmy Karsten Schütt a vedoucí distribuční logistiky firmy Andreas Gessner. Deichmann zde vybudoval nový centrální sklad obuvi, do kterého investoval přibližně 20 mil. eur. Stavba byla nezbytná k podpoře expanze logistiky firmy ve střední Evropě. Sklad se tak stane jedním ze sedmi distribučních center, které tento největší maloobchodní prodejce obuvi v Evropě vlastní. Dunajská Streda bude zásobovat dalších pět zemí ve střední a jihovýchodní Evropě. Centrum má skladovací plochu víc než 20 tisíc m².

Puma a hra Forza Motorsport 3

Forza Motorsport 3 je očekávaná hra společnosti Microsoft, která si klade ambice být nejrealističtější, ultimátním emulátorem automobilových závodů nové generace herních systémů, konzole Xbox 360. Na pultech obchodů by se měla objevit v říjnu. Sport-

(Pokračování na stránce 2)

Znalcem vína s Intersparem

Společnost Spar ČOS přichází s novým katalogem vín, ve kterém svým zákazníkům představuje nabídku českých i zahraničních značek. Kromě odborných charakteristik jednotlivých druhů, obsahuje i tipy sommeliéra Intersparu a upozornění na taková vína, která by neměla uniknout pozornosti příznivců i znalců tohoto oblíbeného nápoje.

Katalog přináší u všech nabízených vín potřebné informace, které mohou zákazníci využít pro základní orientaci v oblasti servírování. Díky těmto doporučením se mohou spotřebitelé dozvědět podrobnější informace, které zahrnují původ, hodnocení chutě a buketu, doporučené skladování a v neposlední řadě také tipy k jakým pokrmům je vhodné je podávat, včetně konkrétního gastronomického návrhu. Nový katalog vín, který je platný od 2. září, představuje včetně vybraných tipů a exkluzivních značek ucelenou nabídku tuzemských i světových vín. Retailer navíc svůj vinný sortiment rozšířil o novinky, především tuzemských vín přívlaskových, a o prestižní značky z celého světa.

DBK otevřelo zrekonstruované 1. patro

V pondělí 24. srpna přivítalo své první zákazníky zrekonstruované 1. patro obchodního centra DBK v Praze na Budějovické, které přináší nový moderní design, přehlednou pasáž s několika novými obchody, kavárnu Café Circo a unikátní skleněnou podlahu. Slavnostní otevření nového prostoru proběhne v rámci oslav 2. narozenin DBK dne 17. září, kdy je pro návštěvníky připraven bohatý cirkusový program.

V posledním srpnovém týdnu přivítalo své první zákazníky zrekonstruované 1. patro obchodního centra DBK v Praze na Budějovické. Kromě přehledné pasáže a známých i nových obchodů zde vzniklo další místo pro setkání s přáteli nebo obchodními partnery – kavárna Café Circo. Ta je umístěna hned na začátku pasáže a pro možné posezení využívá unikátní skleněnou podlahu v atriu obchodního centra, která zastřešuje prostor nad supermarketem Billa. „Kavárnou umístěnou na skleněné podlaze, zavěšené v prostoru vnitřního atria, se DBK mění víc, než by se mohlo na první pohled zdát,“ říká Miroslav Velfl, ředitel obchodního centra DBK.



Společnost Dell dokončila registraci

Společnost Dell dokončila druhou fázi certifikací programu Dell Partner Direct. Přibližně rok od spuštění programu získalo 73 partnerů, kteří prošli potřebným proškolením a splnili i další podmínky, nominaci na vyšší úroveň „Registered Partner“. Kromě možnosti oficiálně využívat logo „Dell Registered Partner“ a další cobrandované marketingové materiály.

Další z výhod spočívá v možnosti využívat dedikovaného obchodníka Dellu a specializovaného portálu a online obchodu s konfiguratorem Dell. Získají tak zjednodušený přístup ke všem produktům a službám Dell. Vzhledem k obchodní činnosti, která se u těchto partnerů zaměřuje více na pokročilejší řešení a služby v oblasti IT, mají rovněž zdarma přístup k technologickým seminářům, školením a konzultacím se specialisty společnosti Dell.

Zatím se vybralo 35 tun starých elektrospotřebičů

Mobilní informační centrum kolektivního systému Elektrowin s výzvou „Zatočte s elektroodpadem!“ vyrazilo na svoji pouť 22. dubna 2009 s cílem navštívit celkem 80 měst ČR. Do konce června již tato ekoshow zavítala do 45 měst šesti krajů republiky. Lidé při ní vyčistili své domácnosti od více než 35 tun vysloužilých elektrospotřebičů – přesně předali ke zpětnému odběru, a tedy k recyklaci či odborné likvidaci 35 260 kg elektroodpadu. Na další cestu se Mobilní informační centrum vydalo po prázdninové pauze 7. září, zastaví se ve zbývajících 35 vybraných městech čtyř krajů ČR, posledním bude 27. října Bystřice pod Hostýnem na Zlínsku.

6. ročník Biodožíněk

I letošní druhou zářijovou neděli, 13. 9. 2009, ožije areál ekocentra Country Life v Nenačovicích u Berouna již 6. ročníkem Biodožíněk. Hlavním bodem programu bude vystoupení skupiny Spirituál Kvintet, v přednáškovém sále proběhne řada přednášek a filmů – vše v duchu zdravého životního stylu a ekologie.

Budou promítány filmy – Architekt odpadu a Home - propagující myšlenku trvale udržitelného rozvoje a bojující o záchranu naší planety. Je připravena řada dětských her a soutěží, kde bude zábavnou formou zpracována ekologická tematika. Prostřednictvím exkurzí je možné zjistit, jak funguje ekofarma a biopekárna, které jsou součástí ekocentra Country Life. Lze si i vybrat něco ze sortimentu produktů velkoobchodu a ve vzorkové prodejně Archa si je za „dožínkové ceny“ nakoupit.

(Pokračování ze stránky 1)

lifestylová značka Puma, která letos slaví deset let působení v motorsportové oblasti, se stala oficiálním partnerem této hry, což zahrnuje především sérii marketingových aktivit spojených s vydáním hry v Evropě a Severní Americe. Ve vybraných obchodech Puma Concept store proběhnou předváděcí večery, kde si zájemci budou hru moci vyzkoušet předtím, než se rozhodnou pro její koupi. Značka navíc shodně s datem uvedení hry na trh plánuje vydat nový model obuvi Forza v limitované edici.

Test kočárků v Německu

Za rozruchem v Německu stojí zveřejněný test kočárků, jehož výsledky vyrazily dech odborníkům i rodičům. Ze 14 testovaných kočárků jich 10 v testu zcela propadlo. Zároveň žádný z kočárků nezískal hodnocení „velmi dobrý“ ani dobrý“ a prakticky ve všech kočárcích byly objeveny jedovaté látky, které mohou způsobit rakovinu. Podrobnosti testu zveřejnil server Babyweb.cz, který také varuje, že většina testovaných kočárků se prodává i v ČR. Testovány byly kočárky všech cenových relací a ukázalo se, že cena nemusí vždy garantovat kvalitu. Ze 14 testovaných pouze 4 kočárky obstály - Bugaboo Cameleon, Teutonia Mistral S, Zekiwa Alu-Cross a Hartan Topline S. Přestože byly nalezeny škodlivé látky i v těchto kočárcích, patří z tohoto pohledu k nejbezpečnějším.

Řešení pro bezpečnost LAN sítí

Společnost Motorola Enterprise Mobility, poskytovatel služeb a řešení v oblasti podnikové mobility, uvádí na trh řešení Motorola AirDefense Wireless Vulnerability Assessment, patentovanou technologii pro bezpečnost bezdrátových sítí, která je zaměřená na proaktivní hodnocení bezpečnostního stavu bezdrátových sítí. Poskytuje zcela novou metodu pro zabezpečení bezdrátových sítí proti ohrožení ze strany reálného světa díky tomu, že představuje aktivní bezdrátové testování, které je schopné ohodnotit každý instalovaný bezdrátový přístupový bod. Vzhledem k tomu, že toto revolučnímu přístupu IT správcům na dálku najít a zajistit zranitelná místa ve svých sítích. Automatizuje také reporting nutný pro soulad s právními normami, což zákazníkům pomáhá snižovat operační náklady, zefektivnit reporting a zvýšit odolnost svých bezdrátových sítí.

DHL Express zavádí novou sadu recyklovatelných obalů

Společnost DHL Express, poskytovatel expresních a logistických služeb, oznámila uvedení nové sady obalů pro zjednodušení svých přepravních služeb pro zákazníky a pro snížení dopadu na životní prostředí. Nové obaly jsou vyrobeny ze 100% recyklovatelného materiálu, který je mnohem šetrnější

(Pokračování na stránce 3)

PAARTYY – nové Word of Mouth médium

Agentura Outbreak představuje PAARTYY, novinku v nabídce českých médií, která je efektivní alternativou k tradičním marketingově komunikačním kanálům. Prvním klientem, který nové médium využil, se stala Vitana. „Z hlediska produktu není pro úspěch konceptu PAARTYY nutné, aby se jednalo zrovna o naleštěnou karaoke mašinu,“ upřesňuje Ivo Laurin, jeden ze zakladatelů agentury Outbreak: „I z daleko méně atraktivních produktů a služeb umíme udělat hvězdy party.“ Mezi segmenty, pro které se PAARTYY hodí, patří mimo jiné nápoje a potraviny, kosmetika, volný čas a zábava, vybavení domácností. Je efektivním nástrojem pro budování image značky, její vyzkoušení, vytváření emočních vztahů se značkou, pro budování základny ambasadorů a pro testování novinek.

Tři nové obchody

Nákupní galerie Palác Flóra se během července a srpna rozrostla o tři nové obchody. Prvním z nich je Helimodel, prodejce RC modelů. Nabízí modely helikoptér, lodí, letadel, tanků, aut, ale i náhradních dílů. Druhým je studio Smille Teeth Whitening Spa, zabývající se profesionálním bělením zubů. Poslední je Nautica, americká značka, které vyrábí oděvy pro jachting a volný čas.

„Naším cílem je obměna a rozšíření sortimentu značek a přínos něčeho nového pro naše zákazníky,“ uvádí Zuzana Trédlová, marketingová ředitelka Paláce Flóra. „Nové obchody přinesou opět odlišný sortiment pro naše zákazníky. Zatím v naší galerii nebyly takto úzce profilované obchody, a proto jsme rádi, že se podařilo získat tyto nové prodejce právě do naší galerie. Doufáme, že naši stávající zákazníci budou spokojeni a že se najdou i zákazníci noví,“ dodává.



Nové řešení pro on-line zákazníky

Dva poskytovatelé inteligentních on-line softwarových systémů pro obsluhu zákazníků, společnosti LivePerson a Genesis, vyvinuli nové integrované řešení pro proaktivní oslovení zákazníků brouzdajících po internetu. Nové řešení propojuje systémy tradičních kontaktních center s webovým prostředím.

„Pracovníkům péče o zákazníky umožňuje ve vhodný okamžik proaktivně zákazníky zaujmout a oslovit,“ říká Martin Veselka, regionální ředitel firmy Genesys. Integrované řešení vzniklo provázáním softwarové platformy pro péči o zákazníky Genesys Customer Interaction Management (CIM) s on-line řešením umožňujícím lepší marketingové zacílení zákazníků společnosti LivePerson.

Společnost Spar obdaruje malé školáky

Letos již potřetí potěší společnost Spar ČOS spolu se svým maskotem, dráčkem Ingem, malé školáky, a to prostřednictvím speciálních omalovánek „Abeceda omalovánek pro děti s maskotem Interspar“, které jsou zdarma k vyzvednutí ve všech hypermarketech Interspar a supermarketech Spar od 26. srpna 2009. Součástí omalovánek tvoří rovněž šest slevových kuponů určených mj. i k nákupu školních potřeb pro děti. Kupóny lze uplatnit až do 15. září 2009.

Nový Paul na Andělu

V pondělí 24. srpna byla na pražském Andělu otevřena druhá česká pobočka ze sítě originálního francouzského pekařství Paul. Nachází se na adrese Plzeňská 344, Praha 5 a otevírací doba je pondělí až neděle, od 7:30 do 22:00 hod.

Země živitelka a KlasA

Slavnostní předání certifikátů KlasA proběhlo 27. srpna v prostorách Pivovarské zahrady za přítomnosti prezidenta Václava Klause, který také celou výstavu zahájil, ministra zemědělství Jakuba Šebesty a dalších pozvaných hostů. Tento rok bylo uděleno celkem 19 certifikátů nově oceněným výrobkům od deseti výrobců. Z toho pět společností už s touto značkou spolupracuje delší dobu a zbývajících pět získalo certifikát KlasA úplně poprvé. Počet výrobků, nositelů této značky, tak přesáhl počet 1335 produktů od celkem 222 výrobců. Výstavní plochu o rozloze 200 m² zaplnila společná expozice výrobců oceněných touto značkou kvality. Na letošní výstavě se prezentovalo celkem dvacet společností, které produkují výrobky s tímto oceněním.

(Pokračování ze stránky 2)

k životnímu prostředí, čímž firma podporuje svou strategii ochrany životního prostředí v rámci projektu GoGreen. Nová sada zahrnuje obaly, které jsou k dispozici v sedmi různých velikostech, dva typy trojúhelníkových a čtyři typy obalů na láhve. Roland Thomas, viceprezident Global Products DHL Express, říká: „Věříme, že tato univerzální obalová řada skutečně uspokojí přepravní potřeby většiny našich zákazníků. Jsme schopni přepravit v těchto obalech jakoukoliv zásilku od 250 g do 25 kg, zvládnout různé tvary a s naším patentovaným paletovým boxem můžeme zvýšit hmotnost jednoho kusu zásilky až na 100 kg.“

Soutěž Voláme všechny inovátory

Nokia začátkem září vyhlásila vítěze soutěže Voláme všechny inovátory (Calling all innovators), pořádané pod záštitou Forum Nokia 2009, která je určena pro vývojáře z celého světa. Měla za úkol připravit podmínky pro vytvoření aplikací a řešení, která pomohou vylepšit používání mobilních zařízení Nokia v reálném světě. Vítězové jednotlivých kategorií byli slavnostně vyhlášeni u příležitosti sympózia Nokia World v německém Stuttgartu. Finanční odměny a ceny pro výherce letošního ročníku soutěže převýšily částku 250 tis. dolarů. Vítězné tři projekty v každé kategorii získávají peněžitou prémii a další včetně exkluzivního umístění vítězných aplikací v Nokia Ovi Store. Vítězné aplikace byly zároveň předvedeny na sympóziu Nokia World. Více na www.callingallinnovators.com.

PERSONÁLIE

- Romana Pašková se stala novou ředitelkou korporátní komunikace Makro Cash & Carry ČR a Metro Cash & Carry Slovakia. Ve své pozici bude zodpovědná za externí a interní komunikaci společnosti Makro a Metro včetně vztahů s médii. Nahrazuje Markétu Světlíkovou.
- Po 4,5letém působení v čele Plzeňského Prazdroje odejde 30. září z funkce generálního ředitele Mike Short. Přechází do londýnské centrály, kde bude od 1. října pracovat na vyšší pozici v týmu firemních vztahů a komunikace SABMiller, vlastníka Plzeňského Prazdroje, s působností pro celý svět. Jeho nástupce zatím není znám.
- Ondřej Bačina byl jmenován do funkce enterprise brand managera společnosti Dell Computer pro Českou republiku a Slovensko. V nové funkci bude do jeho kompetencí spadat kompletní portfolio podnikových produktů a služeb z oblasti serverů, storage a řešení pro datová centra. Zkušenosti s enterprise produkty získal ve své předchozí funkci v Dellu, kde působil jako technical sales manager.