

line REGAL

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 31/09, 15. 9. 2009

Trh s technickým zbožím klesá

Hodnota trhu s technickým spotřebním zbožím v České republice se v první polovině roku 2009 snížila o 7 % v porovnání se stejným obdobím roku loňského. S výjimkou segmentu telekomunikací, kde došlo k mírnému nárůstu, byl u ostatních sledovaných sektorů (spotřební elektronika, malé a velké domácí spotřebiče, foto, IT a kancelářská technika) zaznamenán meziroční pokles obrátu.

Ačkoli trh malých domácích spotřebičů meziročně neustále klesá (o 7,2 %), oproti prvnímu čtvrtletí tento pokles nebyl tak dramatický. Zásahu na tomto výsledku měly hlavně prodeje kávovarů, které jako jediná skupina zaznamenaly v porovnání s druhým čtvrtletím loňského roku nárůst. Nejsilnější skupina, vysavače, jsou sice stále pod loňskou úroveň, ale jejich pokles kopíroval změnu celého trhu.

Meziroční pokles na trhu velkých domácích spotřebičů se ve druhém čtvrtletí 2009 zmínil, když dosáhl 5,5 % ve srovnání s 9,5 % v prvním čtvrtletí. Největší pokles prodeje byl zaznamenán u automatických praček, kde

v první půlce roku 2009 poklesla hodnota jejich prodeje o 15 % oproti stejnému období minulého roku. Většina těchto propadů jde na vrub volně stojícím spotřebičům, které klesly o 13 %, zatímco vestavěné spotřebiče si dokázaly udržet úroveň loňského roku. Více než desetiprocentní pokles zaznamenaly také sporáky, chladničky a myčky nádobí. I přes pokračující negativní trend se na trhu objevují známky oživení u některých segmentů jako například u varných desek, mikrovlnných trub a sušiček. Průměrná cena na trhu velkých domácích spotřebičů se meziročně téměř nezměnila. Výrazný nárůst cen zaznamenaly mikrovlnné trouby a odsavače par. Naopak nejvíce poklesly ceny mrazáků (zhruba o 3 %). K negativnímu meziročnímu vývoji v kusech i v hodnotě došlo výrazněji u internetového obchodu, který poklesl o více než 10 %.

Ve srovnání s druhým čtvrtletím roku 2008 poklesl sektor informačních technologií v ČR v letošním druhém čtvrtletí o 9,4 % a dynamika poklesu trhu tak vzhledem k vývoji v předchozích obdobích zpomaluje. Jedinou rostoucí kategorií co do počtu prodaných kusů zůstávají v roce 2009 notebooky. Tento pozitivní vývoj byl, podobně jako v předchozích dvou čtvrtletích, ovlivněn poptávkou zejména po malých levnějších notebookech a dále byl oslaben negativním vývojem prodeje ostatních produktových skupin, jako jsou stolní počítače a monitory.

V rámci spotřební elektroniky pokračuje spotřebitelská poptávka po plochých televizorech podporovaná postupující digitalizací. Nicméně tempo růstu se začíná výrazně zpomalovat a u některých segmentů už dochází k meziročnímu poklesu trhu. Klíčovým segmentem zůstává LCD s úhlopříčkou 32 palců, ale mírně roste váha velkých obrazovek (37 palců a větší).

Flying Cadillac sází na Neo Retro

Například značky Indulona, Ibalgin, Harley-Davidson, St. Pierre, Balantines, Pfanner či Lucky Strike řadí mezi své klienty (a přátele) pražská reklamní agentura Flying Cadillac. Jak uvádí Miron Gelety, odpovědný za kreativitu a strategii, patří mezi její aktuálně nejvýznamnější „zbraně“ komunikační nástroj Neo Retro, s jehož pomocí lze dlouhodobě podpořit důvěryhodnost reklamních sdělení. „Snažíme se o netradiční přístup k reklamě ve smyslu její aplikace. Mezi výhody našich produktů patří zejména úspory financí a možnosti jejich návratnosti,“ zdůrazňuje Miron Gelety. Více informací na www.flying-cadillac.com.



*Flying Cadillac
pictures*

Regal 9/2009
vyšel 15. září

V ČÍSLE 9 NAJDETE:



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

Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Američtí investoři se vytratili

Podle CB Richard Ellis je jednou z významných změn na evropském trhu komerčních nemovitostí struktura investorů a během posledních dvou let vymizení investorů z USA. Před dvěma lety, kdy trh byl na svém vrcholu, američtí investoři byli největším hráčem na evropském trhu komerčních realit a v prvních šesti měsících roku 2007 investovali do nemovitostí v Evropě přes 20 mld. eur. Nyní je jejich přítomnost téměř nulová s celkovými investicemi pouhých 400 mil. eur během prvního pololetí roku 2009. V letech 2006–2009 nakupovali američtí investoři hlavně v Německu (48 %), následovala Velká Británie (23 %) a Francie (14 %) a celková suma dosáhla částky 75 mld. eur.

Centrum dokonalosti čokolády

Dne 7. září otevřela společnost Nestlé Centrum dokonalosti čokolády (Chocolate Centre of Excellence) ve městě Broc ve Švýcarsku. Centrum se opírá o dědictví a zkušenosti z výroby čokolády firmy, soustředí se na čokoládu v prémiovém a luxusním segmentu, což následně zpětně ovlivní sortiment čokolády Nestlé. Dá dohromady tým specialistů Nestlé, počínaje odborníky na kakaové boby přes experty na senzoriku a výrobu čokolády až po odborníky na obalový design a preference spotřebitelů a spojí tento tým s uměleckou inspirací odborného panelu nezávislých expertů. Investice činí 25 mil. švýcarských franků.

Red Dot Communication Awards

Dva designy skleněných lahví, vyráběných v Evropě společností O-I, získaly renomované ocenění Red Dot Communication Awards. Mezinárodní porota Red Dot ocenila láhev „Wave 66“ finské minerální vody Veen a nově, 750ml balení nápojů smoothie německé firmy true fruits jako „vynikající příklady obalového designu“. Obě lahve z čirého skla totiž dokazují, jak sklo může podpořit vzhled a celkové vyznění produktu. Cílem soutěže

(Pokračování na stránce 2)

Globus: Zlevněte si to, co sami chcete

Společnost Globus přichází v době zvýšeného tlaku na cenu s novým nápadem. Nabízí zákazníkům, aby si sami zvolili, které zboží má retailer zlevnit. Od 4. do 13. září proběhla ve všech hypermarketech Globusu jednoduchá anketa. Zákazníci mohli u osmi důležitých kategorií zboží (např. jogurty, tavené sýry, ovocné džusy, oplatky nebo mražená pizza) zvolit jeden, u něhož pak Globus v akci sníží cenu. Kromě toho mohli zájemci využít i hlasování prostřednictvím internetu na www.globus.cz. „Výsledky ankety našich zákazníků zveřejníme v našem pravidelném letáku a výrobky, u nichž na základě ankety snížíme ceny, budou viditelně označeny logem Vítěz ankety Ostře měřené ceny,“ říká Boris Malý, ředitel marketingu společnosti. Začátkem září také Globus v Ostravě otevřel svůj 14. hypermarket.

Beiersdorf připravuje kampaně

Společnost Beiersdorf chystá na podzim a zimu 2009 kampaně na podporu novinky Nivea Visage – Denní krém pro zpevnění a rozjasnění pleti DNAGE.

Bude zahrnovat televizi a tisk, včetně masivního samplingu, nechybí ani prodejní podpora, direct marketing a PR. Ve stejné době proběhne i kampaně na tři novinky v sortimentu energizující řady péče o pleť Nivea for men: Balzám Double Action Q10, Gel na holení Q10 a Energizující gel Q10 pro muže.

Nosným médiem bude televize se dvěma střídajícími se kreativními motivy. Tisková inzerce bude probíhat v pánských i dámských titulech. Venkovní reklama bude zaměřena na místa, kde lze „potkat“ cílovou skupinu – bary, kluby, business centra, bowling atd. Nebude chybět ani internet – interaktivní video bannery a soutěž na www.niveaformen.cz.



S Expres půjčkou bonus až pět tisíc

GE Money Bank, druhá největší banka v ČR v oblasti spotřebitelských úvěrů, slaví s Expres půjčkou deset let na trhu, a přichází proto s akčními odměnami pro klienty. Ti mohou získat finanční bonus ve výši 5 % z půjčené částky nebo výrazně ušetřit na poplatcích. Pětiprocentní odměnu přímo na svůj účet obdrží všichni ti, kteří do konce roku zažádají a získají Expres půjčku ve výši od 30 do 100 tisíc Kč se splatností 72 měsíců. Klientům, kteří si ve stejném období půjčí 101 až 600 tisíc Kč, nebude banka účtovat poplatek za poskytnutí půjčky ani poplatek za vedení úvěrového účtu, a to po celou dobu splácení úvěru. „GE Money Bank se za uplynulé desetiletí stala jedním z nejsilnějších hráčů na trhu spotřebitelských úvěrů. To potvrzuje i fakt, že každá čtvrtá koruna půjčená formou osobní bankovní půjčky pochází právě od nás. Protože se našim klientům snažíme neustále vycházet vstříc, připravili jsme pro ně od 7. září další dvě nové akční nabídky,“ říká Monika Kubovcová, manažerka úvěrových produktů GE Money Bank.

Spolupráce společnosti Efko s Ivanem Mládkem

Společnost Efko, která již v minulosti spojila své jméno a spolupráci se známými výtvarníky, mezi které patří například Radek Pilař nebo J. W. Neprakta, nově spolupracuje se zpěvákem a bavičem Ivanem Mládkem. „Došlo tak ke spojení tradičního českého výrobce společenských her s milovníkem české zábavy a humoru. Výsledkem jsou satirická karetní hra se slovy Blábol a nově zpracovaná hra Soudruhu, nezlob se, kterou firma připravila v novém moderním designu,“ dodává majitel firmy Miroslav Kotík. Efko, 100% česká firma, která se zabývá výrobou her a hraček, byla založena roku 1993. V letošním roce prošla celkovým rebrandingem svých produktů.



Run-Up 2009 – závod do schodů vybraných věží

Od září 2007 organizuje v několika českých městech agentura ChrisFromParis závod Run-Up (běh do schodů). Cíl je jednoduchý: vystoupat co nejrychleji do nejvyššího parta vybraných věží. Tento druh závodu je organizován všude na světě: od Taipei po Berlin přes Vídeň, Sydney, Chicago nebo Singapur. Nejznámější je ten, který se koná v New Yorku v Empire State Building, každý rok v únoru. Letos se závody konaly/konají v Ostravě: 21. května 2009 v nové Radnici (86 metrů), Olomouci: 13. června 2009 v RCO věži jako v roce 2007 (18 pater, 78 metrů), Mostě: 19. září 2009 ve věži SHD-KOMES (23 pater, 96 metrů) a Praze: 26. září 2009 v City Tower (27 pater, 109 metrů). Po mediální kampani propagující Run-Up 2009 se závodníci budou moci zapsat na oficiálních internetových stránkách www.run-up.cz a také u partnera akce TicketStream.

(Pokračování ze stránky 1)

Red Dot je poukázat na čím dál komplexnější požadavky moderního obalového designu. Ředitel společnosti Veen Tomi Gronfors říká: „Bez přehánění – jsme opravdu poctěni! A to i přesto, že cena není určena pouze nám. Při tvorbě značek a úspěšného designu potřebujeme úzkou spolupráci s firmami, jako je O-I.“

Infor buduje poradní skupinu

Společnost Infor na partnerském setkání v italském Miláně oznámila vytvoření poradní skupiny pro distribuční kanál v regionu EMEA (EMEA Channel Advisory Council) složené z členů široké komunity distribučních partnerů a vedoucích firem na IT trhu s cílem posílit komunikaci a spolupráci mezi firmou Infor a její sítí prodejních partnerů. Skupina umožní firmě prohloubit svou odvětvově specifickou expertízu, zlepšit prodejní procesy a posilovat vztahy se zákazníky svých partnerů tak, aby i nadále dostávali inovativní softwarová řešení s flexibilními možnostmi implementace a financování.

Kraft Foods chce převzít Cadbury

Největší severoamerická potravinářská skupina Kraft Foods nabídla 16,7 mld. dolarů (téměř 300 mld. Kč) za převzetí britského výrobce cukrovinek Cadbury. Ten však návrh odmítl. Podle ČTK o tom informovala agentura Reuters. Kraft nicméně hodlá o realizaci navržené transakce nadále usilovat. Spojení podniků by podle firmy Kraft vytvořilo „globální mocnost v přesnídávkách, cukrovinkách a rychlých jídlech s mimořádným portfoliem předních značek po celém světě“. Sloučená skupina by měla roční tržby kolem 50 mld. Kč dolarů (téměř 890 mld. Kč).

Úspěchy obchodů „vše za libru“

V Dalstonu v severní části Londýna mezi sebou zápasí o poslední pence zákazníků nucených utahovat si opasky obchody „vše za libru“. Stejně jako tady vyrůstají takové obchody jako houby po dešti po celé Británii, píše agentura AFP a následně ČTK. V obchodních ulicích Dalstonu jsou nejméně čtyři obchody, které prodávají zboží za libru nebo ještě méně. Je mezi nimi i Poundland, který patří k prvnímu řetězci tohoto typu v Británii. Řetězec už tvoří přes 200 obchodů. Lze tu najít směsici nejrůznějších výrobků od cukrátek po zábavní zboží, a dokonce i soupravy na těhotenské testy. Tesco, největší distribuční společnost v Británii a třetí největší na světě, jakož i další velké britské obchodní řetězce už v zájmu přilákání klientů rovněž začaly prodávat některé druhy zboží za libru.

Espresso s certifikací Fairtrade

Starbucks a organizace Fairtrade Labelling Organizations International oznámily, že počínaje březnem 2010 ponesou všechny espresso

(Pokračování na stránce 3)

Teribear získal již milionový výtěžek

Letní kolekce charitativního projektu Teribear se setkala s obrovským zájmem a kompletní kolekce je již téměř vyprodaná. V obchodech Interspar jsou již poslední kusy triček s unikátním designem limitované letní kolekce z dílny držitele ceny Grand Czech Design – objev roku Vladimíra Žáka. „Originální design produktů oslovil naše zákazníky natolik, že výtěžek z prodeje letní kolekce Teribear, který poputuje Nadaci Terezy Maxové dětem, činí k dnešnímu dni 1, 24 mil. Kč,“ uvádí Petr Jindra, marketingový ředitel Spar ČOS.

Makro víno roku zná své vítěze

Odrůdám Veltlínské zelené a Chardonnay patřily letos první příčky již v 7. ročníku soutěže Makro víno roku 2009 pořádané společností Makro Cash & Carry ČR. V kategorii suchých vín zvítězilo kabinetní víno Veltlínské zelené výrobce Vinselekt Michlovský, kategorii vín ostatních ovládlo Chardonnay, výběr z cibéb od ing. Miroslava Volaříka. Odborná sedmičlenná komise v čele s profesorem Vilémem Krausem, nejznámějším českým vinařským expertem, je ocenila jako nejlepší ze 130 nominovaných vzorků z vinařské produkce malých, středních i velkých výrobců vína z celé ČR. Všechna oceněná vína zákazníci naleznou v sortimentu každé ze 13 velkoobchodních prodejen Makro C&C ČR.



Z Pinnacle se stává PointPark Properties (P3)

Společnost Pinnacle, správce, developer a provozovatel distribučních center v Evropě, změnila k 7. září 2009 název. Všechny pobočky v Evropě ponesou od této chvíle název PointPark Properties. „Úspěšně jsme podnikali i pod názvem Pinnacle, ale ukázalo se, že nás někdy lidé zaměňují s jinými společnostmi používajícími stejného jména nebo mají problém najít nás na internetu. Proto jsme zvolili název a výrazné logo, které nás jasně ztotožní s trhem s nemovitostmi.“

Název PointPark Properties staví na silné značce Point Parks, kterou využíváme pro označení našich šesti logistických parků v ČR, SR, Polsku a Bulharsku. Tyto parky v současnosti pokrývají více než 800 tisíc m² a plánujeme výstavbu na dalších 600 tisíc m²,“ vysvětluje generální ředitel PointPark Properties Ian Worboys. Webová doména www.pinnacle-ce.com se mění na www.pointparkproperties.com a internetová stránka distribučních center www.pointparks.com zůstává nezměněna.

Obsluha často neodpovídá očekávání

Market Vision, nezávislá agentura zaměřená na mystery shopping, customer experience management a competitive intelligence, uskutečnila studii, která z pohledu zahraničního zákazníka srovnává úroveň obsluhy ve vybraných luxusních obchodech v pražské Pařížské ulici. Do studie, prováděné formou mystery shoppingu (fiktivních nákupů), byly zahrnuty obchody těchto luxusních značek: Louis Vuitton, Gucci, Dior, Cartier, Hugo Boss Men a Hugo Boss Women.

„Studie odhalila, že obsluha v luxusních obchodech se příliš neliší od nákupu v běžných obchodech. Ne vždy prodejci dokážou navodit pocit výjimečného zážitku, který by měl být s nákupem luxusního výrobku spojen. Všechny navštívené prodejny mají pěkně zpracované exteriéry a interiéry, které zákazníka zaujmou a příjemně naladí. To však k úspěšnému prodeji nestačí, pokud prodejce selže v navození luxusní atmosféry.“

Doba návštěvy ani národnost zákazníka nemají na obsluhu zásadní vliv. Čeští prodejci se řídí spíše věkem – starší zákazníci jsou obsluhováni s větší vervou (prodejci zřejmě předpokládají u starších zákazníků větší kupní sílu). Jazykové znalosti prodejců jsou průměrné. Jen ve výjimečných případech jsou prodejci schopni v angličtině popsat produkt do nejmenších detailů (ovládají terminologii). Zdá se, že i běžná konverzace provázející prodejní rozhovor je bariérou,“ uvádí Barbara Hrabalová, client service director agentury Market Vision.

Bezpečnější placení na internetu pro obchodníky

Nová služba E-commerce UCB od UniCredit Bank umožňuje obchodníkům přijímat platební karty na svých webových stránkách. Hlavní výhodou je snížení bezpečnostního rizika pro držitele karty i pro samotného obchodníka. Nová služba je postavena na technologickém standardu 3D Secure, který podporují dvě největší mezinárodní karetní asociace MasterCard a VISA. Stávající způsoby plateb přes internet obvykle nevyžadují žádné dodatečné bezpečnostní mechanismy kromě ochrany přenášených dat protokolem SSL. Služba E-commerce UCB je postavena na zvýšené bezpečnosti klienta i obchodníka.

(Pokračování ze stránky 2)

nápoje podávané v evropských kavárnách Starbucks (např. cappuccino, latte, mocha) označení Starbucks Shared Planet a Fairtrade Certified. Starbucks je již dnes největším světovým odběratelem Fairtrade kávy a přechod evropských kaváren k espressu s tímto označením pomůže přispět k navýšení celkové světové roční částky vyplácené maloplošným farmářům, která je odhadována na 2,8 mil. eur.

Toto prohlášení je součástí světového závazku v rámci spolupráce s organizací FLO, která je zodpovědná za vývoj světových Fairtrade standardů. Podporuje rovněž globální plán společnosti Starbucks, který má za cíl zdvojnásobit nákup Fairtrade kávy až na 18 mil. kg do konce roku 2009. Toto sdělení navazuje na úspěšné uvedení 100% Starbucks Shared Planet a Fairtrade Certified espressa ve Velké Británii a Irsku na začátku září.

Loterie o zaměstnání

V době, kdy roste nezaměstnanost, pořádá řetězec supermarketů na severu Itálie po celé zemi loterii, jejíž šťastní výherci získají v podniku zaměstnání. Uvedla to agentura AFP a také ČTK. Společnosti Tigros zahájila tento konkurz u příležitosti svého třicátého výročí. Nabízí deset pracovních míst. Jsou to smlouvy na dobu určitou na pozice skladníka nebo manažera za 1100 až 1200 eur měsíčně (28 až 31 tisíc Kč). Po vypršení dohody na dobu neurčitou bude pracovníkům smlouva prodloužena, s výjimkou případů, kdy by porušili disciplínu, uvádí šéf oddělení pro styk s veřejností Stefano Trentini. Aby se zájemce mohl loterie zúčastnit, musí mít věrnostní kartu obchodu a nakoupit tam zboží v hodnotě nejméně 30 eur. Pak může svůj lístek vhodit do schránky umístěné v supermarketech řetězce. Vyhrát může i poukázky na nákup zboží.

PERSONÁLIE

- David Bačovský, který má dlouholeté zkušenosti z marketingu a obchodu, se stal novým marketingovým ředitelem outletového centra Freeport International Outlet (Hatě u Znojma). Jeho cílem je dlouhodobé zvyšování návštěvnosti a tržeb Freeportu.
- Začátkem září se představili noví manažeri společnosti PointPark Properties. Generálním ředitelem je Ian Worboys, jenž má značné zkušenosti v sektoru logistických nemovitostí v Evropě, které využije při naplňování strategie firmy. Jejím cílem je vybudování a správa vysoce kvalitního celoevropského portfolia distribučních center. Výkonným ředitelem pro Českou republiku je Tomáš Novotný, který v oboru působí šest let. Do firmy nastoupil v roce 2007 jako development project manager a na této pozici se podílel na akvizicích pozemků v Bulharsku, Maďarsku a Polsku.