

line REGAL

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 35/09, 13. 10. 2009

Výrazné regionální rozdíly přetrvávají

V době ekonomické recese je velmi aktuální téma příjmů a jejich diferenciací. V úrovni koupěschopné poptávky českých domácností jsou samozřejmě značné regionální rozdíly. Potvrzují to i výsledky aktuální studie společnosti Incoma GfK „Kupní síla v okresech a obcích ČR 2009“, která zkoumala, jak se liší koupěschopnost obyvatel českých sídel.

Pražská metropole a její okolí představují oblasti, jejichž úroveň kupní síly v přepočtu na jednoho obyvatele je výrazně nad průměrem celé České republiky. Na druhé straně obyvatelé především v Moravskoslezském či Ústeckém kraji musí vystačit s daleko úspornějšími osobními a rodinnými rozpočty. V některých obcích – především v periferních oblastech ČR – se úroveň kupní síly pohybuje dokonce pouze kolem 70 % českého průměru.

Kromě okresů přiléhajících k Praze převyšují výrazně průměrnou hranici kupní síly okresy Mladá Boleslav, Plzeň-město či Brno-město. Na opačné straně žebříčku figurují „chudší“ okresy Bruntál, Karviná, Frýdek-Místek či Znojmo.

Praha republikový průměr převyšuje více než o 31 %, vysokými hodnotami indexu kupní síly se mohou pochlubit např. i města Říčany, Čelákovice či Mladá Boleslav. Naopak nejnižší průměrné příjmy mezi městy nad 10 tisíc obyvatel dosáhly Karviná, Orlová, Studénka, Krupka či Bohumín. V praxi tyto rozdíly znamenají, že kupříkladu obyvatel Říčan disponuje na jeden rok průměrnou částkou 7799 eur, zatímco obyvatel Karviné pouze 5338 eur. Alespoň částečnou útlachou pro obyvatele sídel s nižší kupní silou může být, že život v „bohatších“ městech s sebou zpravidla nese i vyšší životní náklady.

Pořadí	„Nejbohatší“ města nad 10 tis. obyvatel (ČR = 100,0)	ČR = 100
1.	Praha	131,3
2.	Říčany	123
3.	Čelákovice	122
4.	Brandýs n.L.-Stará Boleslav	120,7
5.	Mladá Boleslav	114,3
„Nejchudší“ města nad 10 tis. obyvatel (ČR = 100,0)		
129.	Bohumín	86,6
130.	Krupka	86,1
131.	Studénka	85,8
132.	Orlová	85
133.	Karviná	84,2

Zdroj: Kupní síla v okresech a obcích ČR 2009, IncomaGfK

Becherovka bude designová

Společnost Jan Becher – Pernod Ricard připravuje pro likér Becherovka Original další limitovanou sérii designových skleniček. Finální podobu určí zákazníci, kteří mohou do poloviny prosince hlasovat o nejlepší návrh. Katalog s výběrem skleniček od osmi českých sklářských designérů je od října součástí příbalové edice Becherovky Original s likérovou skleničkou. Hlasování probíhá na microsite či prostřednictvím SMS.

„Skvělý prožitek z pití Becherovky umocňuje nejen správná teplota, ale také sklo, ve kterém je nápoj podáván. Cílem tohoto projektu je dokonalé spojení dvou českých klenotů – Becherovky a tradice českého sklářství,“ říká k projektu Gabriela Adámková, brand manažerka značky Becherovka Original, a dodává, „věříme, že tento dlouhodobý koncept zákazníkovi osloví a že ocení přidanou hodnotu jedinečných sklářských děl užitého umění.“



Regal 10/2009
vyšel 13. října



V ČÍSLE 10 NAJDETE:

- Dobrý obal – polovina budoucího vítězství
- Exotika a luxus drží pozice
- Vztahy mezi prodejci a dodavateli

Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

V době krize roste prodej líčidel

Přes současnou hospodářskou krizi roste prodej líčidel. Poptávka se zvyšuje hlavně po výrazné kráslici kosmetice. Podle ČTK budou hitem podzimní a zimní sezony rudé rtěnky. Jemné líčení ustupuje do pozadí, nahrazují ho výrazné barvy, které prý mají dodat ženám sebevědomí. Poptávka roste také po takzvaných zdravých líčidlech, která mají nejen krásnit, ale i chránit a vyživovat. Pokud se zrovna nehodí, aby si slečna kupovala extravagantní drahou sukni, pořídí si alespoň křiklavou rtěnku. Nástup výrazných barev je vidět v katalogích připravených na podzimní a zimní sezonu. V nabídce převažují červené a fialové rtěnky. Lesky jsou sice stále ještě módní, ale ustupují do pozadí. Odborníci tvrdí, že rudé rty značí sebejistotu a nezávislost.

PPF touží po dalším řetězci

Česká finanční skupina PPF se po převzetí ruské sítě Eldorado uchází o jejího konkurenta na ruském trhu domácích spotřebičů, zadlužený řetězec Technosila. Podle ČTK to uvedl list Kommersant, který se odvolává na nejmenovaný zdroj blízký PPF. Ta již údajně začala jednat s bankou MDM, za jejíž úvěr 161 mil. dolarů Technosila poskytla jako záruku 49 % svých akcií. PPF je ale podle deníku ochotna transakci dokončit jen za podmínky, že na dluh řetězce bude poskytnuta sleva. To odpovídá odhadům analytiků, kteří hodnotu poloviny sítě oceňují na 110 až 115 mil. dolarů.

Technosila, která je v sektoru domácích spotřebičů a elektroniky třetí největší maloobchodní síť v Rusku po Eldoradu a M.vidео, je zatížena dluhy přesahujícími 400 mil. dolarů, včetně úvěru od MDM.

 8. ročník odborné konference WWW.CATEGORYMANAGEMENT.CZ 18.11.2009 - TOP HOTEL Praha	 EXLUZIVNĚ! 19. & 20.11.2009 - PwC Business Centre Praha
BUDOUCNOST CATEGORY MANAGEMENTU + DVOUDENNÍ TRÉNINK pod vedením Jerryho Singha	
MEDIÁLNÍ PARTNER: REGAL	

Prodloužená uzávěrka soutěže Prodejna roku '09

Pro velký zájem ze strany nezávislých prodejců a s cílem poskytnout všem zájemcům dostatečný časový prostor pro splnění nezbytných náležitostí byl prodloužen termín podání přihlášek do soutěže Prodejna roku '09 až do 30. října 2009. Slavnostní vyhlášení a oznámení konečných vítězů je tak posunuto na prosinec tohoto roku. Přihlášky do soutěže lze posílat 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 přihlašovacího lístku, který je distribuován v časopisech Regal a v tiskovinách společnosti Makro, na adresu vydavatelství. V případě doplňujících informací kontaktujte šéfredaktorku časopisu Regal Radanu Čechovou na e-mail: radana.cechova@economia.cz.

Čtvrtý ročník soutěže Prodejna roku '09 vyhlásil časopis Regal pod záštitou vydavatelství Economia. Generálním partnerem se již potřetí stala společnost Makro Cash & Carry ČR, dalším partnerem je opět certifikační společnost TÜV SÜD Czech.

STI Group na FachPacku

Na obalářském veletrhu FachPack se v německém Norimberku od 29. září do 1. října zajímavou formou prezentovala i na českém trhu působící STI Group. Srdce veletržního stánku tvořil „ostrov inovací“ s více než 50 novými obalovými a výstavními konstrukcemi, jakož i STI-Onlineshop pro displeje POS-dekorace (www.sti-onlineshop.com), který se na tomto veletrhu představil poprvé. Touto online platformou reaguje STI Group na rostoucí poptávku po individuálně vytvořených malých sériích a nabízí trhu možnost vybrat si z databáze různé základní moduly, ty pak kombinovat a objednat si výrobu podle vlastního výběru s předpřipraveným nebo individuálně vytvořeným motivem.



Představení evropského projektu FOOD

Dne 16. října bude na pražském náměstí Republiky slavnostně představena Road Show evropského projektu FOOD (Fighting Obesity through Offer and Demand – boj s obezitou pomocí nabídky a poptávky), zaměřeného na dostupnost vyvážené stravy. Trasa speciálního autobusu vede z Paříže přes Brusel, Stockholm, Prahu a následně do Milána a Madridu, tedy všemi zúčastněnými zeměmi. Garantem projektu je odborné konsorcium PPP (Public-Private Partnership) složené ze soukromých a veřejných subjektů. Hlavním partnerem je společnost Accor Services, která projekt koordinuje a zajišťuje jeho chod ve všech šesti zapojených evropských zemích. Prostřednictvím stravenek Ticket Restaurant také představila svůj pilotní program Gustino pojmenovaný „Chut' & Zdraví v rovnováze“.

Prémiový ležák Lobkowicz přichází na trh

Společnost K Brewery uvádí na český trh novou značku světlého prémiového ležáku Lobkowicz Premium. První hektolitry se dostanou k zákazníkům v polovině října. „Pivo Lobkowicz je určené především všem, kteří si potrpí na kvalitní a vytříbenou chuť,“ uvádí výrobně-technický ředitel K Brewery Jiří Faměra. „Lobkowicz patří do prémiového segmentu a konzumenti si jej budou moci objednat především v „lepších“ restauracích. Přípravuje se také distribuce do obchodních řetězců v půllitrových lahvích či multipacích,“ dodává manažer marketingu Petr Božon. Podporu prodeje bude zajišťovat kampaň s mottem „Lobkowicz – Šlechtic mezi pivy“ a v retailu bude k dostání v 0,5l lahvích a posléze v praktických multibaleních po osmi lahvích. Přípravuje se také speciální vánoční balení s dárkem, stylovou sklenicí 0,3 l.



„Lobkowicz patří do prémiového segmentu a konzumenti si jej budou moci objednat především v „lepších“ restauracích. Přípravuje se také distribuce do obchodních řetězců v půllitrových lahvích či multipacích,“ dodává manažer marketingu Petr Božon. Podporu prodeje bude zajišťovat kampaň s mottem „Lobkowicz – Šlechtic mezi pivy“ a v retailu bude k dostání v 0,5l lahvích a posléze v praktických multibaleních po osmi lahvích. Přípravuje se také speciální vánoční balení s dárkem, stylovou sklenicí 0,3 l.

Americké franšízové značky se valí do Prahy

Den amerického franšizingu (FrAmChise Day) představí 20. října 2009 v pražském hotelu Hilton Prague Old Town více než tři desítky úspěšných amerických franšízových značek a podnikatelských konceptů: zážitkové restaurace, restaurace rychlého občerstvení, kavárny, cukrárny, prodejny zmrzliny, cukrovinek nebo preclíků, realitní kanceláře, vzdělávací kurzy, reklamní služby, zasilatelské služby, rychloopravný automobilů, služby pro renovaci kůže, wellness centra a prodejny luxusní nebo sportovní obuvi.

Pořadatelé jsou: Český institut pro franchising (ČIFRA) a obchodní oddělení Velvyslanectví USA (U.S. Commercial Service). Partnerem je Americká hospodářská komora v České republice. Více na www.FrAmChiseDay.cz.

Varšava hlavním městem expanze

Varšava byla ve 20. ročníku studie European Cities Monitor označena za město, které může během příštích pěti let očekávat největší příliv obchodních společností. Nahradila tak v popularitě Moskvu, která klesla na druhé místo. Celkem 36 největších obchodních společností v Evropě uvedlo Varšavu jako evropské město, kam hodlají v budoucnu expandovat; v roce 2008 to bylo jen 28 firem. Moskvu uvedlo 35 obchodních společností; v roce 2008 ji uvedlo 44 firem. Z průzkumu, který pořádá společnost Cushman & Wakefield mezi 500 největšími evropskými společnostmi, dále vyplynulo, že britský Birmingham je letošním nejvýkonnějším městem, které postoupilo o sedm příček na 14. místo. Londýn se opět stal nejlepším městem pro obchodování v Evropě; toto postavení si udržuje každoročně od zahájení výzkumu v roce 1990, přičemž Paříž a Frankfurt opětovně obsadily druhé a třetí místo.

Známky oživení na trhu?

V rostoucím trendu pokračoval i ve 3. čtvrtletí 2009 objem investičních transakcí do komerčních nemovitostí v Evropě. Mezinárodní poradenská společnost DTZ zveřejnila nejnovější statistiky na trhu s investicemi, ukazující na 30% nárůst. Od července do konce září koupili investoři nemovitosti v celkové hodnotě 13,8 mld. eur proti 10,7 mld. eur ve 2. čtvrtletí letošního roku. Objem transakcí nicméně zůstává hluboko pod kvartálním průměrem 30 mld. eur (počítáno od roku 2000). Aktivitě v Evropě nadále vévodí tři hlavní trhy – Velká Británie, Německo a Francie s více než 70 % realizovaných obchodů třetího čtvrtletí.

Nože Kyocera slaví 25 let

Keramické nože Kyocera byly poprvé uvedeny na japonský trh v roce 1984. Po čtvrtstoletí průběžného zdokonalování kvality a konstrukce nyní tyto produkty slaví 25. narozeniny. Firma za tuto dobu prodala ve více než 35 zemích Severní Ameriky, Evropy, Blízkého východu, Afriky a Asie přes pět milionů keramických nožů, které jsou vyrobeny z pokročilých high-tech keramických materiálů, jako je oxid hlinitý či oxid zirkoničitý. „Navzdory špičkové technologii výroby nic nenahradí řemeslnou zručnost a mnohaleté zkušenosti. Proto se každý keramický nůž Kyocera brousí ručně,“ potvrzuje Rafael Schröer, ředitel společnosti Kyocera Fineceramics GmbH.

Coca-Cola a „Pozitivní život“

Dne 28. září spustila společnost Coca-Cola svůj první „Týden Live Positively“ – panevropskou iniciativu, která má za úkol aktivizovat zaměstnance a další zájmové skupiny v rámci evropské sítě této firmy, aby se připojili k firemnímu ekologickému programu. Ten byl zaměřen na obaly a recyklaci. Přes 3000

(Pokračování na stránce 3)

Španělské produkty na webu

Pro milovníky Španělska a jeho produkce je od října k dispozici portál www.bscenter.cz. Lze zde najít nabídku potravinářského a nepotravinářského zboží výhradně ze Španělska, která bude průběžně aktualizovaná. Provozovatelem je brněnská obchodní organizace BSC – Business Spain Center, která je největším specializovaným velkoobchodem pro španělské zboží v ČR a SR. „Cílem společnosti je prodej španělského zboží v co nejširším sortimentu s krátkými dodacími lhůtami a s informovaností o původu, kvalitě a použití zboží. Nabízíme individuální přístup a široké portfolio zboží včetně výjimečných a luxusních produktů, aby si každý zákazník mohl sám vybrat pro sebe to nejlepší a nejvhodnější,“ přibližuje project director Gabriela Sehnalová.

Accor Services CZ přebírá Exit Group

Společnost Accor Services CZ, která od roku 1993 nabízí stravenky Ticket Restaurant, dokončila 1. října důležitou transakci. Kapitálovou investicí, příp. odkupem klient-ského portfolia vstoupila firma do všech společností dosud začleněných do skupiny Exit Group. „Společnost Accor Services CZ zvýší objem vydávaných stravenek o více než 50 %. To nám otevírá unikátní možnost nabídnout 10 tisícům firemních zákazníků Exit Group širokou škálu produktů a služeb společnosti Accor Services CZ,“ říká Bruno Berthier, generální ředitel Accor Services v ČR. Po této akvizici nabídne Accor Services CZ klientům a partnerům nejširší pobočkovou síť v ČR, kterou tvoří 28 prodejních a sběrných míst.



Obchodně-výrobní centrum společnosti MBG

V průmyslové zóně v Zábřehu bylo 2. října slavnostně otevřeno nové obchodně-výrobní centrum společnosti MBG, která se již od svého založení v roce 1993 orientuje na komplexní služby v oblasti vybavení interiérů prodejen. Centrum rozšířilo výrobní a skladovací prostory o dalších zhruba 2500 m², byly vybudovány nové kancelářské prostory a rozšířil se prostor pro prezentaci výrobků firmy. „Doufáme, že vybudované prostory společnosti přinesou nové možnosti a s tím spojený lepší servis zákazníkům. Rozšíření výrobních kapacit umožní další rozvoj firmy, který již nebyl v prostorách původního sídla společnosti možný a budeme tak schopni lépe reagovat na rostoucí požadavky zákazníků,“ dodává Eva Daňková z oddělení marketingu firmy.

Fanta bez konzervačních látek na trhu

Český trh obohatily dvě nové variace nápoje Fanta. Jde o inovovanou variantu Fanta Pomeranč a dosud neznámou příchuť Fanta Citrus Mix. Oba nápoje společnosti Coca-Cola obsahují ovocnou šťávu a jsou díky svému novému složení zcela bez přídavných konzervantů a bez umělých aromatických látek a barviv. První z novinek, Fanta Pomeranč, je inovovanou verzí známého nápoje pomerančové chuti. Druhá novinka, Fanta Citrus Mix, je spojením směsi chutí růžového grepu, limetky, mandarinky a pomeranče. Nová řada nápojů má ve srovnání s předchozí variantou snížený obsah cukru, a to o 17 %.



V letních měsících již v médiích proběhla kampaň na podporu prodeje, která byla doprovázena sloganem „Přirozeně Fanta!“.

Trophée Bohemia Sekt – Sommelier ČR 2009

Dne 4. listopadu se do pražského hotelu The Augustine sjedou nejlepší sommeliéři České republiky, aby se utkali na 12. ročníku prestižního mistrovství České republiky sommelierů Trophée Bohemia Sekt – Sommelier ČR 2009. Při soutěži se bude také bojovat o nominaci pro mistrovství světa v roce 2010 v Chile. V loňském roce se jí v Kajserštejnském paláci v Praze zúčastnilo 22 soutěžících z jednadvaceti restaurací a vinoték, výrobců či importérů vín. Odborným garantem soutěže je Asociace sommelierů České republiky, partnerem Asociace hotelů a restaurací ČR. Finanční příspěvek poskytl Vinařský fond, soutěž tradičně organizuje společnost Bohemia Sekt.

(Pokračování ze stránky 2)

zaměstnanců z 38 zemí, vč. ČR, spojily síly a sbíraly odpadky a uklízely řeky, jezera, pláže, ulice nebo parky. Dalších více než 30 tisíc pracovníků se navíc zapojilo do nejrůznějších projektů zaměřených na osvětu v oblasti ekologie. „Live Positively“ je hlavní myšlenkou zastřešující aktivity společnosti Coca-Cola v oblasti udržitelného rozvoje, kterou dává na jevo svůj závazek mít ekologii v centru veškerých svých aktivit.

Finlandia Vodka opět mezi elitou

Finlandia Vodka se v říjnovém vydání časopisu The IWSR Drinks Record objevila již potřetí za sebou mezi elitními značkami. Mezi 22 porovnávanými prémiovými konkurenty se Finlandia umístila v top patnáctce a zároveň byla – s více než 11% průměrným ročním nárůstem za posledních 5 let – nejrychleji rostoucí globální prémiovou vodkou. „Značka Finlandia Vodka zažila několik vzrušujících let,“ říká Maureen Brekka, managing director Finlandia Vodka. „Rok jsme začali prohlášením o zdo-lání třímilionové roční hranice (v devítititrových kartonech). Nyní jsme potřetí za sebou na seznamu světových elitních alkoholů. Za tyto úspěchy vděčíme důslednému naplňování růstových strategií jednotlivých poboček Finlandia po celém světě.“

Personálie

- Generální ředitel společnosti Lidl pro ČR a Slovensko Stefan Rohr po dvou letech končí ve funkci. Nahradí ho Pavel Stratil. Stefan Rohr z osobních důvodů požádal o návrat do rodného Německa. Pavel Stratil ve společnosti Lidl působí devět let na vedoucích pozicích.
- Funkci generálního ředitele společnosti Nielsen bude podle M&M nově zastávat Kyriakos Kyriakou. Do funkce bude oficiálně jmenován ve druhé polovině října a nahradí tak Vojtěcha Motla. Poslední dva roky řídil v Nielsen Europe finanční oddělení, v letech 2004 až 2007 pracoval ve společnosti jako finanční ředitel pro region střední Evropy, Blízký východ a Afriku.
- Maloobchodní síť prodejen Albert jmenovala Jana Ambrože viceprezidentem pro lidské zdroje. Povede celé HR oddělení značky Albert. Nahradí Krzysztofa Potyralu, který se po více než třech letech vrátí do Polska.
- Novým ředitelem komerčního bankovníctví GE Money Bank se s platností od 5. října 2009 stává Jiří Báča. V nové funkci převezme odpovědnost za strategii v oblasti produktů a služeb pro malé a střední firmy, v nichž chce banka dlouhodobě růst. Pozici přebírá po Radomilovi Štumpovi, který se rozhodl plně věnovat svým třem synům na rodičovské dovolené. Radomil Štumpa se do nové funkce v GE Money Bank vrátí koncem roku 2010.