

REGAL^{line}

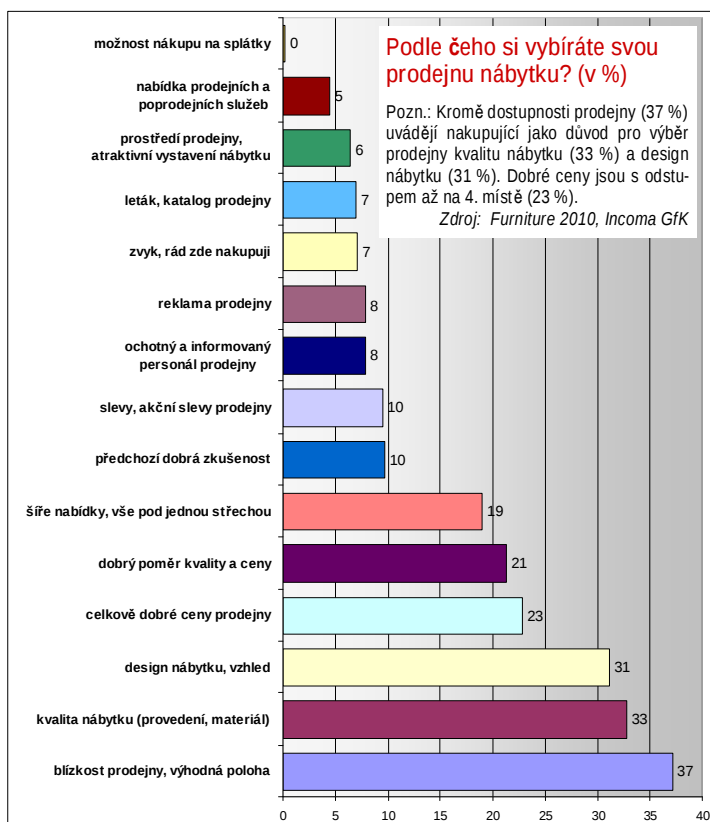
elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 5/09, 9. 2. 2010

Dobrá cena nábytku je důležitá, ale ne rozhodující

Pro tuzemský maloobchodní trh s nábytkem je typické, že roste význam silných nadnárodních řetězců. Podle studie Furniture 2010 společnosti Incoma GfK dává více než 65 % českých domácností při nákupu nábytku a domácích doplňků přednost velkoplošným specializovaným prodejnám. 75 % domácností však přitom není věrných jediné prodejně s nábytkem a prodejny střídají. Mezi nejoblíbenější nábytkářské řetězce patří Asko, IKEA, Jysk, Kika, Möbelix a Sconto.

Průměrné výdaje domácností, které za poslední tři roky nakoupily nábytek a/nebo doplňky do bytu, jsou téměř 17 tisíc Kč ročně. V průměru jdou dvě třetiny z této částky na nákup nábytku a zbývající třetina na nákup bytových doplňků. Nejvíce českých domácností za poslední tři roky nakoupilo nábytek do ložnice, následují sedací soupravy, šatní skříně a nábytek do koupelny. Pro nákup nábytku je důležité racionální rozhodování. Tři čtvrtiny nakupujících srovnávají nabídky v různých prodejnách, více než dvě třetiny spotřebitelů rády čtou katalogy a letáky prodejen s nábytkem. Design a kvalita zpracování jsou nejdůležitějšími kritérii pro výběr nábytku. Cena je důležitý faktor, není však rozhodujícím důvodem, který určuje výběr zboží.



Nové etikety a překvapivé výsledky

Ze stáček linky pivovaru Klášter začaly začátkem února sjíždět pivní láhve se zcela novými etiketami. Je na nich tajemný mnich, který se tak po několikáté pauze vrací „na své místo“. Nově jsou zavedeny názvy jednotlivých druhů pív: „Světle“ pro světlé výčepní pivo (10 %), „Ležák“ pro světlý ležák (11 %) a „Premium“ pro světlý ležák (12 %).

Pivní trh v České republice zaznamenal v minulém roce propad v celkovém prodeji piva o téměř 8 %. Na pozadí tohoto předběžného údaje o celkovém prodeji piva u nás vyniká aktuální údaj prodeje piva Rychtář z hlineckého pivovaru. Oproti roku 2008 pivovar svůj prodej naopak o 6 % zvýšil a prodal tak na českém trhu přibližně 80 tisíc hl piva.



Regal 1/2010

vyšel 19. ledna



V ČÍSLE 1 NAJDETE:

- Trendy roku 2010
- Zloději krizi neprožívají
- Jak ušetřit na vozovém parku
- Velikonoční nabídka

Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Wal-Mart bude propouštět

Americký maloobchodní gigant Wal-Mart Stores propustí 11 200 zaměstnanců v divizi Sam's Club, což odpovídá zhruba 10 % celkové pracovní síly divize. Důvodem je rozhodnutí firmy přesunout některé operace v oblasti prezentace výrobků na marketingovou společnost Shopper Events. Podle ČTK uvedl generální ředitel Sam's Club Brian Cornell, že náklady na propuštění firma zveřejní v únoru, spolu s výsledky za čtvrté čtvrtletí. Sam's Club provozuje členské obchody ve stylu skladiště. Ve svých 600 obchodech zaměstnává kolem 110 tisíc osob.

Thule jde do sportu

Thule, dodavatel přepravních řešení pro automobilový průmysl, oznámil svoji účast na veletrhu ISPO, zaměřeném na sport, který se koná v Mnichově 7.–10. 2. Účast je známkou začínající aktivity společnosti na poli sportovního průmyslu. Thule je mezinárodní firma vytvořená milovníky outdoorových aktivit, kteří dodávají bezpečná, jednoduchá a stylová řešení pro přepravu rodinám i profesionálům. Vešla do povědomí veřejnosti díky svým přepravním řešením (střešní boxy, přepravní koše, nosiče lyží a kol) a sněžovým řetězům. Návštěvníci veletrhu mají také možnost použít pro výběr interaktivní displej a díky jeho online připojení si vyhledat ideální přepravní řešení. Představí se i nový prodejní systém, ve kterém si prodejce může vybrat typ prodejního stojanu odpovídající jeho požadavkům.

Kraft Foods získal souhlas

Americká potravinářská společnost Kraft Foods získala souhlas většiny akcionářů britského výrobce čokolád Cadbury s převzetím v hodnotě 12 mld. liber (zhruba 350 mld. Kč). Spojením obou firem vznikne největší světový producent cukrovinek, žvýkaček a čokolád. Největší americká potravinářská společnost se minulý měsíc dohodla na převzetí s vedením Cadbury, které předtím po několik měsíců nabídku Kraft Foods odmítalo. Poté ze hry vypadly možné konkurenční nabídky ze strany amerického výrobce čokolád Hershey nebo italské společnosti Ferrero.

Zpráva o trhu industriálních nemovitostí v ČR

Ve 4. čtvrtletí 2009 se pronajalo 115 tisíc m² skladů, dokončilo se pouze 8100 m² nových prostor a míra neobsazenosti mírně poklesla na 18,6 %. Trh s průmyslovými nemovitostmi byl loni silně zasažen celosvětovým hospodářským propadem. Ve druhé polovině roku byly již ale pozorovány známky oživení a ve 3. a 4. čtvrtletí překročila celková realizovaná poptávka 100 tisíc m². Vývoj v dalších čtvrtletích naznačí, zda tento trend bude pokračovat. V roce 2009 přibýlo na trhu 425 tisíc m² nově dokončených ploch a celkové množství skladů v ČR je 3,11 mil. m², z čehož je přibližně polovina v Praze a druhá polovina ve zbytku ČR. Filip Kozák, vedoucí oddělení pronájmu industriálních prostor CB Richard Ellis, dodává: „Předpokládáme, že rok 2010 bude pro společnost aktivní na trhu s průmyslovými prostory stejně těžký, jako byl rok 2009. Jelikož téměř vymizela spekulativní výstavba, očekáváme, že se developeři zaměří na pronájem stávajících prostor, než aby začínali s výstavbou nových hal.“

Produktová novinka od GO!

Zásilka všude včas, a to i po městech? Tímto mottem se řídí společnost GO! Česká republika, která spustila zajímavou službu pro své zákazníky, GO! Město & Region. Jde o nový produkt určený všem, kteří chtějí v rámci měst posílat kurýrní zásilky rychle a spěšně. Jedná se o možnost, jak dohnat čas a napravit zapomenuté. Tato služba funguje již delší dobu v Praze, nyní došlo k výraznému rozšíření na Plzeň, Brno a Hradec Králové. V roce 2010 a 2011 se počítá s rozšířením i o další města v České republice.

Miliony v pytli s Bohemia Chips

Značka Bohemia Chips připravila pro spotřebitele soutěž s názvem „Miliony v pytli“. Od 1. února do 15. dubna 2010 mohou zákazníci hledat v sáčcích Bohemia Chips označených promoční páskou výherní kartičky, jejichž hodnota se pohybuje od 20 Kč do 5000 Kč. Ve hře jsou celkem 3 mil. Kč. Navíc za pět obalů od Bohemia Chips označených promoční páskou získá každý zákazník jednorázovou slevu v hodnotě 500 Kč na nákup leteckého zájezdu od CK Čedok z katalogů Exotika nebo Egypt zima 2009/2010.

Cílem kampaně je zaujmout soutěžící netradičním přístupem a humorem. Tomu odpovídá dvojznačný název kampaně „Miliony v pytli“ a vizuály čerpající inspiraci z grafického zpracování bulvárních médií. Bude podpořena televizní reklamou, ochutnávkami, POS materiály v obchodech a samplingem.



STYL/KABO pomáhají s marketingem

V rámci aktuálního únorového ročníku mezinárodních veletrhů módy STYL a KABO pořádá brněnské výstaviště několik projektů: vedle podnikatelského inkubátoru (společného projektu České obuvnické a kožedělné asociace, Veletrhů Brno a Ministerstva průmyslu a obchodu ČR), který podporuje drobné rozvíjející se firmy, Tvůrčí dílny Liběny Rochové spojující menší firmy se studenty designu je to cílená podpora marketingu středních a malých podniků.

„Naším cílem je podpořit především menší firmy, které nemají na to zaplatit si zpracování reklamní kampaně od komunikační agentury,“ prozrazuje ředitelka veletrhu Gabriela Vargová. „Všem potenciálním zájemcům jsme rozeslali zadání pro komunikační kampaň. Firma má možnost dotazník vyplnit a zaslat zpět,“ uzavírá. Osloveno bylo celkem 200 malých firem. Těm, které zaslou vyplněné agenturní zadání do 9. února, bude zaslán návrh řešení komunikační kampaně.

Závěry Retail Summitu 2010

Retail Summit zažil nejlépe navštívený ročník ve své šestnáctileté historii. Více než 850 účastníků diskutovalo o tom, jak překonat současnou krizi. Klíčovým závěrem je, že obchodníci a jejich dodavatelé budou hrát důležitou roli v ozdravném procesu české ekonomiky. Potřebují však při tom podporu politiků, kteří si uvědomí společenský a ekonomický význam obchodu. To bude tou nejlepší zárukou, že spotřebitel dostane nejlepší výběr, cenu a kvalitu. Diskuse shromáždila řadu nápadů, jak se vypořádat s krizí. Potvrdila, že zásadní opatření musí být přijata ve firmách. Je pozitivní, že majitelé a manažeři obchodních společností vidí krizi do značné míry jako výzvu a příležitost k zefektivnění obchodu.

TNT Express začala s tricykly

Společnost TNT Express France začala od ledna v Paříži používat k doručování lehkých zásilek tricykly. Tento typ přepravy s nulovými emisemi je prozatím možný na třetím pařížském obvodu, po celém městském centru bude služba dostupná do června 2010. Zařazení tricyklů je reakcí na neustále vzrůstající hluk, znečištění a dopravní zácpy, které přepravu ve městech provází. Již dříve k tomuto doručování zásilek přistoupila TNT Express v Pekingu, kola s elektromotory využívá TNT Swiss Post v Ženevě. Vedle Paříže používá TNT Express France tricykly v dalších osmi městech (Lyon, Bordeaux, Saint-Etienne, Dijon, Nancy, Rouen, Grenoble a Valence). „V průběhu první poloviny letošního roku rozšíříme destinace, ve kterých používáme tricykly, o další tři městská centra,“ potvrzuje Eric Jacqueument, prezident TNT Express France.

Nová evropská jednička jde na trh

Letošní rok znamená pro evropský trh s kancelářským a papírenským zbožím zásadní změnu. Spojením německých firem Herlitz a Pelikan, ke kterému došlo v prosinci 2009, vzniká jednička v tomto oboru. Společnost Pelikan nyní vlastní 65,99 % nominálního kapitálu společnosti Herlitz AG. Zástupci obou firem jsou přesvědčeni o tom, že fúze nabídne slibné výhledy pro všechny společné mezinárodní operace, a doufají v posílení konkurenceschopnosti. Spojením sortimentu si obě firmy vytvoří vysoký prodejní potenciál. Do roku 2013 se očekává nárůst tržeb o 1,8 % z prodeje archivačních potřeb.

Zvýšený příliv investic do nemovitostí

Ve všech částech Evropy se objevují známky ozdravení trhu nemovitostí. Objem investic do reálných projektů podle aktuální zprávy mezinárodní poradenské společnosti DTZ rostl již po tři po sobě následující čtvrtletí. Ve 4. čtvrtletí loňského roku se zvýšil mezikvartálně o 26 % na 20,6 mld. eur (v porovnání s 16,4 mld. ve 3. čtvrtletí). Magali Marton, vedoucí výzkumu DTZ pro kontinentální Evropu a Střední východ, upřesňuje: „V závěru roku 2009 se objevilo hned několik zemí, kde rapidně vzrostla aktivita investorů. Šlo například o Francii, Itálii, skandinávské státy, střední i východní Evropu. Tento vzestup byl podpořen vyšším množstvím i hodnotou investičních transakcí.“ Naproti tomu mírný propad výsledků byl zaznamenán na vůbec největších investičních trzích – v Německu a ve Velké Británii.

BIO SUMMIT 2010 www.biosummit.cz



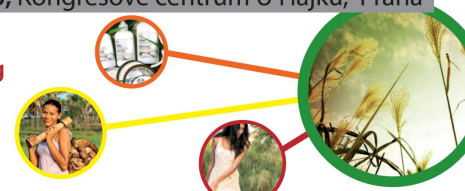
Témata konference:

Mediační partner:

REGAL

Odborná konference 8. dubna 2010, Kongresové centrum U Hájků, Praha

- Etika v podnikání
- Lokální a regionální nákup a marketing
- Sociální a ekologická odpovědnost
- Využívání výzev k trvalé udržitelnosti pro inovace a růst



Plzeňský Prazdroj – prodejní výsledky za rok 2009

Zpomalení ekonomiky a úbytek turistů i nadále ovlivňovaly prodeje piv Plzeňského Prazdroje. Celkové prodeje v roce 2009 dosáhly na domácím i zahraničních trzích více než 10,5 mil. hl. Objemy meziročně mírně poklesly o 1,9 %. Na domácím trhu se prodeje snížily o 4,5 %, což podle odhadů odpovídá celkovému poklesu českého pivního trhu. Celkově prodal Prazdroj v České republice 7,55 mil. hl piva. Zahraniční prodeje vzrostly o 7,2 %, a to díky dvoucifernému nárůstu licenční výroby.

Nejuvědomělejší jsou v Moravskoslezském kraji

Češi jsou navzdory krizi uvědomělými zákazníky a i při nákupu zboží denní spotřeby přemýšlejí eticky. Nejvíce se svých etických zásad drží spotřebitelé v Moravskoslezském kraji, kde je téměř 20 % zákazníků ochotných bojkotovat služby či výrobky, pokud zjistí, že při jejich produkci jsou využívány děti, porušována lidská práva nebo týrána zvířata. Po nich následují Pražané a Jihomoravský kraj. Nejméně se o původ zboží zajímají v Plzeňském kraji. Vyplynulo to z výzkumu spotřebního chování, který na sklonku roku 2009 uskutečnila konzultační a výzkumná agentura Market Gap.

„Českým spotřebitelům není lhostejné, jestli zboží, které nakupují, vyrábějí děti nebo je testováno na zvířatech. Nejvíce k původu zakoupených produktů přihlížejí zákazníci v Moravskoslezském kraji,“ uvádí Stanislav Adámek, marketingový stratég společnosti Market Gap. „Téměř pětina z nich je ochotná bojkotovat výrobky z etických, humánních a ekologických důvodů. Zároveň ale rádi podpoří charitu či určitou organizaci koupí konkrétních produktů nebo služeb,“ dodává.

Investoři vstupují do společnosti Invite CRM

Dnem 26. ledna 2010 vstoupili do společnosti Invite CRM strategií investoři, kteří posílí postavení společnosti na trhu marketingových a obchodních řešení pro maloobchod. Všichni jsou lídry ve svém oboru, nejen svojí tržní pozicí, ale také jako tvůrci trendů a uznávané autority. Investory jsou: Novum Group prostřednictvím své dceřiné společnosti Retail Adventures, Internet Billboard a Blue Strategy. Invite CRM konsoliduje kritická obchodní data, jako jsou pokladní transakce, osobní data a informace o chování a preferencích spotřebitelů, a vytváří z nich ucelený obrázek podniku.

Maxiláhev vztyčena v Praze

Od konce ledna je na Pražském okruhu u nájezdu Pod Lochkovem k vidění téměř jedenáctimetrový model Maxiláhe Zlatopramen 11°. Tento neobvyklý a výrazný způsob propagace používá Zlatopramen pro svou loňskou obalovou inovaci, speciální plastovou Maxiláhev o obsahu 1,5 litru.

Díky jejímu úspěchu se skupina Heineken stala jedničkou v tomto mladém a rychle se rozvíjejícím segmentu balení piva na českém trhu. Až na 77,6 % se podle průzkumu agentury Nielsen vyšplhal její podíl v oblasti piva baleného v PET láhvích v období od května do října roku 2009.



C&W získala certifikát kvality

Česká kancelář Cushman & Wakefield, poradenské firmy v oblasti nemovitostí, získala certifikát ISO 9001:2008. Ten potvrzuje, že firma splňuje mezinárodně uznávané standardy a zaručuje kvalitu poskytovaných služeb. „Vysoká kvalita našich služeb je postavena nejenom na hluboké znalosti realitního trhu a zaměstnávání nejlepších expertů, ale také na dodržování standardních procesů. Získání certifikátu je toho důkazem,“ říká Jonathan Hallett, partner a výkonný ředitel Cushman & Wakefield v Čechách a na Slovensku. Certifikát udělila renomovaná firma SGS se sídlem ve Švýcarsku.

Mall.cz spouští velký affiliate program

Nákupní galerie Mall.cz, jeden z největších českých internetových obchodníků, představuje zásadní novinku. Od února nabízí možnost profitovat ze svých obrátů nejen provozovatelům hojně navštěvovaných portálů, ale také majitelům úzkoprofilových internetových stránek, bloggerům či provozovatelům malých e-shopů. Systém poběží na platformě renomované švédské společnosti TradeDoubler. „Partneři budou moci na svých stránkách zobrazovat jak grafické, tak textové kampaně zaměřené na produkty a produktové segmenty nabízené na Mall.cz,“ popisuje Jindřich Trčka, affiliate manager Mall.cz.

Propad maloobchodních tržeb se zastavil

Meziměsíční propad maloobchodních tržeb v eurozóně se v prosinci loňského roku úplně zastavil a tržby stagnovaly. V celé EU se tržby obchodníků propadly o 0,1 % ve srovnání s listopadem loňského roku, kdy meziměsíčně klesly o 0,5 % v zemích platících eurem i v celé unii. Informoval o tom Eurostat a ČTK. V meziročním srovnání však propad tržeb pokračuje. V eurozóně se v prosinci loňského roku ve srovnání se stejným obdobím roku 2008 propadly o 1,6 % v celé EU o 1 %. Poměrně slabá spotřebitelská poptávka tak nadále omezuje hospodářské oživení a limituje i růst spotřebitelských cen.

Pro ekonomy prosincový vývoj představuje zklamání i přesto, že se propad z předchozích měsíců zastavil. „Je to pro nás rozčarování. Tento měsíc jsme čekali růst tržeb,“ řekl agentuře Reuters Jürgen Michels ze Citigroup. Podle něj by však hospodářský růst v posledním čtvrtletí loňského roku neměly slabší tržby ohrozit.

Očekává, že i tak HDP mezičtvrtletně poroste o 0,4 až 0,5 %, přispěje k němu především rostoucí vývoz a budování zásob podniků. V prosinci byl největší meziměsíční růst tržeb zaznamenán v Rakousku (1,6 %), ve Francii (1,2 %) a ve Španělsku, ve Slovinsku a na Slovensku (všichni 0,9 %).

Personálie

- Novým mluvčím Sdružení obrany spotřebitelů, které patří mezi největší spotřebitelské organizace v ČR, je od 1. února Jan Votočka. Ve funkci vystřídal Jana Mišurce, který odešel pracovat do společnosti TUV SÚD Czech. Jan Mišurec byl mluvčím SOS od loňského května, kdy nahradil Ivanu Pickovou.
- Na místo PR a marketingové manažerky pražské kanceláře mezinárodní poradenské společnosti DTZ nastoupila na začátku ledna Markéta Valtrová. Na pozici vystřídala Lenku Pohlodkovou, jež se bude na plný úvazek věnovat mateřským povinnostem. Bude mít na starosti styk s českými i zahraničními médii a vnější vztahy v neširším smyslu slova, včetně client relationships.
- S platností od 1. února střídá Ondřeje Vičara ve funkci ředitele společnosti Vltava.cz Vít Janiš, který zde již před lety pracoval. Přichází ze společnosti Fayn Telecommunications. Má profesní i osobnostní předpoklady dodatečně posílit marketingově-obchodní orientaci Vltava.cz, a tím dále a dlouhodobě rozvíjet aktuálně rostoucí obchod.
- Daniel Svoboda, bývalý generální ředitel divize spotřební elektroniky Sony Czech, založil společnost foundmissing, která se specializuje na outsourcing marketingu.