

REGAL^{line}

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 6/09, 16. 2. 2010

FMCG trend – lidé si dopřávají značky

Zatímco v předchozích letech jsme mohli pozorovat jasný nástup privátních značek (PZ) obchodních řetězců a jejich postupné přijímání spotřebiteli, v poslední době (charakterizované podle odborníků spíše jako recese než opravdová hospodářská krize) můžeme sledovat spíše určitý odklon nakupujících. Jde o jemný, avšak znatelný trend. Ačkoli se tedy zdá, že dnešní doba je živnou půdou pro PZ, ve skutečnosti tomu tak není. Nakupující jsou přitahováni spíše značkovými výrobky, které lákají svou aktuálně nízkou cenou.

PZ pronikly do našeho života a bodují u nakupujících. Jak ukazují výsledky studie Shopper trendy 2010, například více než polovina nakupujících věří, že PZ jsou stejně kvalitní jako značkové výrobky. Podobně téměř polovina dokonce hodnotí balení PZ jako stejně dobré ve srovnání s balením značkových výrobků. Oproti minulému roku je méně lidí, kteří přiznávají, že striktně srovnávají cenu PZ s výrobkem tradiční značky, a více těch, kteří nakupujícím PZ přiznávají chytrý, promyšlený přístup k nákupu. PZ jsou důležitým aspektem hodnocení obchodu jako takového. Dobrá PZ znamená, že sám řetězec u nakupujících lépe „skóruje“ a naopak špatná zkušenost s PZ může změnit k horšímu postoj nakupujícího k řetězci jako takovému. Stále více nakupujících totiž souhlasí s názorem, že „čím lepší je obchod, tím lepší je vlastní značka obchodu“.

Ačkoli tedy názor na PZ a jejich vnímání prochází pozvolnou změnou, tj. nakupující deklarují (i když opatrně) svůj lepší postoj k PZ, současný trend zlevnění dovoluje spotřebitelům sáhnout častěji po značkových výrobcích. Diskontní řetězce tento trend ostatně podporují tím, že jim nyní dávají větší prostor v rámci svého sortimentu.

Dnešní doba tedy nepotvrzuje, že Česká republika „dožene“ průměrný podíl PZ v EU, který dosahuje zhruba 22 %. Na českém trhu naopak podíl meziročně klesl, i když o velmi nízké procento. Mezi potravinami podíl PZ poklesl z průměrných 19 % na 18 %, v drogerii zůstal na 16 %.

(Zdroj: komentář Markéty Charvátové, consumer research manager, Nielsen, k tématu Privátní značky v týdeníku M&M č. 6/2010.)

Ocenění minerálních vod Excelsior

Společnost Marienbad Waters získala na 20. ročníku mezinárodní soutěže Zlatý český pramen 2010 několik ocenění za kvalitu. Odborná porota udělila první místo novince roku 2009, Excelsior – višň, bronzovou

příčku získala příchuť Excelsior – lipový květ. V sekci neochucených minerálních vod se umístila jako třetí Aqua Maria – jemně perlivá. Uspěly i Excelsior citron (4. místo) a Excelsior pomeranč (5. místo). V kategorii neochucených vod Excelsior originál získal čtvrté místo. „Tradice a kvalita jsou základem celé produkce minerálních vod. Snažíme se o maximální zachování přírodních zdrojů v našich minerálkách, které kombinujeme s lehkými a vyváženými příchutěmi,“ říká obchodní ředitel společnosti Daniel Spálenka.

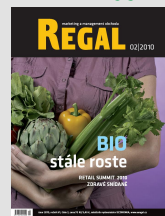


Hudebniny na Facebooku

Sociální sítě jsou fenoménem posledního roku, který v marketingové komunikaci neignoruje ani knihkupecký řetězec Kanzelsberger. Po spuštění vlastní prezentace na Facebooku loni v květnu firma v únoru zřídila samostatnou stránku oddělení hudebnin pražského Domu knihy Kanzelsberger. „Facebook se nám osvědčil jako skvělý nástroj pro aktivní a především obousměrnou komunikaci s našimi zákazníky,“ vysvětluje Zdeněk Fekar z marketingu knihkupectví Kanzelsberger. „Cílovka specializovaného oddělení, jako jsou hudebniny, je přece jen jiná, proto jsme se rozhodli oslovit samostatnou stránkou také je,“ dodává.

Regal 2/2010

vyjde 17. února



V ČÍSLE 2 NAJDETE:

- Bio potraviny
- Retail Summit 2010
- Zdravé snídaně

Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

World Retail Congress 2010

Od 21. do 23. 4. 2010 se v Berlíně uskuteční tradiční World Retail Congress. O budoucnosti globálního maloobchodu zde bude hovořit a diskutovat přes tisíc zástupců světového retailu z více než 50 zemí. Prezentace přednese více než sto odborníků z oboru (např. Eckhard Cordes, CEO, Metro Group, Laura Wade-Gery, CEO, Tesco.com, Martin Sorrell, CEO, WPP, Leonard Lauder, Chairman Emeritus, Estée Lauder a Gordon Segal, Chairman & Co-Founder, Crate and Barrel), proběhne také 40 interaktivních obchodních jednání a kulatých stolů. Více než 20 hodin je vyhrazeno pro osobní setkání a výměnu zkušeností a názorů. Jako obvykle budou vyhlášeny ceny pro nejlepší projekty a počiny v rámci maloobchodu, World Retail Awards. Mediálním partnerem je opět odborný časopis Regal, pro jehož čtenáře připravili organizátoři registrační slevu 15 %. Další sleva se započítá při registraci před 26. 3. 2010.

Více informací: redakce Regal a web www.worldretailcongress.com.

Food & Drink Expo 2010

Od 21. do 24. 3. se v britském Birminghamu koná veletrh Food & Drink Expo 2010. Společnosti z celé Velké Británie a z více než 25 zemí světa zde budou nabízet tisíce produktů a služeb v rámci všech potravinářských a nápojářských kategorií. Letos zde bude prezentovat svou nabídku více než 600 dodavatelů. Kromě klasické nabídky (např. pečivo, mléčné produkty, maso a ryby, nealko nápoje, vína a lihoviny) budou vystavovat i regionální speciality. V případě zájmu o bližší informace kontaktujte obchodní oddělení Britského velvyslanectví v Praze: Zuzana Nagyová: 224 800 117, Zuzana.Nagyova@fco.gov.uk.

Cena za udržitelný rozvoj pro TNT

Generální ředitel společnosti TNT Peter Bakker obdržel ve švýcarském Curychu Sustainability Leadership Award 2010. Toto uznání se uděluje vůdčím osobnostem, které prokázaly mimořádné schopnosti nebo průkopnickou práci ve jménu trvale udržitelného

(Pokračování na stránce 2)

Mall.cz očekává nárůst tržeb

Další posilování internetového prodeje na úkor kamenných prodejen, přísun nových nakupujících na internetu, stále silnou pozici elektroniky v čele s LCD a zřetelný nárůst méně tradičních internetových komodit, jako je drogerie a oděvy. To vše čeká od letošního roku internetový obchod Mall.cz. Jeho ředitel Marek Liška doplňuje: „Ve fiskálním roce 2010/2011 očekáváme třicetiprocentní nárůst tržeb oproti minulému období. Jen silní hráči s profesionálním zázemím na internetu přežijí. Zákazníci totiž neustále pečlivě zvažují investice a tlačí na cenu v kombinaci s požadavkem na vysokou kvalitu služeb. Svoje pozitivní a zejména negativní zkušenosti budou čím dál častěji a úspěšněji sdílet v rychle se rozvíjejících sociálních sítích.“

Modely šatů pro Carte Noire

Dvě české a dvě slovenské módní návrhářky mají za úkol vytvořit pro prémiovou kávu Carte Noire exkluzivní modely šatů. Převzetou tak pomyslnou štafetu od českého návrháře Josefa Klíra, který loni pro tuto značku navrhoval vítězné plesové šaty. Pro svůj favorizovaný model mohou české a slovenské ženy hlasovat prostřednictvím SMS nebo webové stránky www.kavaveznamenitouhy.cz. Všechny čtyři modely budou v průběhu roku k vidění i na stránkách lifestyleových časopisů. Výherkyně hlasovací soutěže si je pak budou moci obléknout a autorka vítězného návrhu bude odměněna návštěvou Paříže. „Značka Carte Noire na českém trhu od roku 2009 nabízí pět druhů kávy. V současnosti je v dostání v rámci celého tuzemského moderního trhu,“ dodává brand manažer Petr Adamec.



SMS výpis pro dlužníky

Sdružení SOLUS v únoru spustilo službu SMS výpis. Spotřebitelé se do jedné minuty dozví o svých aktuálních dluzech, které mohou mít vliv na získání hypotéky, spotřebitelského úvěru či jiné služby poskytované členskými společnostmi sdružení SOLUS.

„V SMS výpisu si lidé přečtou, u jaké společnosti a v jaké výši evidujeme jejich závazek po splatnosti, případně zdali byla aktualizována úhrada jejich dluhu. Služba se dá využívat opakovaně, tudíž je pro spotřebitele ideálním nástrojem pro sledování vývoje jejich pravděpodobnosti pro získání nové služby a užitečným nástrojem pro lepší načasování jejich žádosti,“ vysvětluje Jan Stopka, tajemník sdružení SOLUS. Služba je dostupná v sítích Telefónica O2, T-Mobile a Vodafone a je zpoplatněna částkou 99 Kč.

Ulla Móda pro plnoštíhlé v Brně

Dne 29. dubna otevře svoji první prodejnu v České republice, v nákupním a zábavním centru Olympia Brno, německý výrobce módy pro plnoštíhlé ženy Ulla Popken. Další expanze na českém trhu se plánuje. Firma má v portfoliu módní oblečení pro každodenní nošení, kolekci společenských i sportovních oděvů, spodní prádlo i plavky. To vše v široké nabídce od čísla 42 až do čísla 60. Ulla Popken nenabízí jen módní kolekce, které se mění v měsíčních intervalech, ale i kompetentní poradenství.



Albert podpoří neziskové organizace

Nadační fond Albert rozdělí prostřednictvím grantového řízení až 5 milionů korun. O granty mohou žádat příspěvkové organizace, občanská sdružení a další organizace z neziskového sektoru. „Podpoříme projekty z oblasti zdravého životního stylu, správného stravování a sociálně znevýhodněných skupin. V této oblasti se budeme výrazně zaměřovat na podporu náhradní rodinné péče a dětí opouštějících dětské domovy. Došlé projekty vyhodnotíme ve spolupráci s odborníky na uvedenou problematiku.“

Podrobné informace k vyplnění žádostí zájemci získají na internetových stránkách Nadačního fondu Albert,“ říká Petr Chadraha, místopředseda správní rady Nadačního fondu Albert.

Termín pro odevzdání žádostí o granty pro sociální oblast je již 28. února, organizace zaměřující se na podporu zdravého životního stylu, správného stravování či prevence obezity mohou žádat do 15. března 2010.

Čechy frustrují telefonní samoobsluhy

Samoobslužné automaty center péče o zákazníky frustrují 22 % českých spotřebitelů. Polovina v nich bloudí i déle než 10 minut, než svůj požadavek vyřídí. Postupně je začínají nahrazovat inteligentní samoobsluhy, které umějí rozeznávat lidský hlas a nabízejí i videokomunikaci. Ta na mobil promítne informace jako jízdní řády, přehledy tarifů či stav bankovního konta. „Vizuální kontakt zkracuje komunikaci se zákazníkem až o 56 %,“ cituje výsledky průzkumu mezi zákazníky Marie Udál, marketingová manažerka společnosti Genesys, která se specializuje na vývoj technologií pro péči o zákazníka.

(Pokračování ze stránky 1)

rozvoje. Mezinárodní porota expertů ocenila přístup společnosti TNT, která v čele s Peterem Bakkerem řeší naléhavé globální problémy a udržitelný rozvoj. TNT například dlouhodobě spolupracuje díky projektu „Moving the world“ se Světovým potravinovým programem (WFP), prostřednictvím programu „Planet Me“ se aktivně snaží o redukci emisí CO₂.

Bezhotovostní platby rostou

Společnost MasterCard Europe oznámila své provozní výsledky dosažené v evropském regionu za 4. čtvrtletí roku 2009. Spotřebitelé používali i v tomto čtvrtletí karty MasterCard ve zvýšené míře. Počet nákupních transakcí vzrostl oproti stejnému období roku 2008 o 10 %, což potvrzuje trend rozšiřování bezhotovostních plateb. V regionu došlo k překonání symbolické hranice 200 milionů vydaných karet značky MasterCard v Evropě, tedy nárůst počtu o 2,2 %.

Javier Perez, prezident MasterCard Europe, dodává: „Mezi významné úspěchy loňského roku můžeme zařadit vydání milionů karet PayPass v Turecku, zavedení našeho systému inControl pro správu peněžních prostředků či pokroky v oblasti debetních a bezkontaktních plateb. V letošním roce nadále plánujeme rozšiřovat naši činnost a diverzifikovat klientelu i portfolio nabízených produktů.“

Zisk díky výsledkům mezinárodní přepravy

Společnost UPS oznámila, že ve 4. čtvrtletí roku 2009 dosáhla upraveného výnosu na akcii ve výši 0,75 dolaru oproti původním odhadům firmy, které se pohybovaly v rozmezí 0,58 dolaru až 0,65 dolaru na akcii, do značné míry díky zvýšené aktivitě v segmentu mezinárodní přepravy. Mezinárodní přeprava zaznamenala podstatný nárůst objemu, nárůst provozního zisku a také zlepšení provozní marže o celkových 16,7 %. „Rok 2009 UPS ukončila pozitivně a s úspěchem díky změnám, které posílily již v průběhu roku existující síť, a zajistila bezchybným servisem vánoční sezonu. Objem poskytovaných služeb předčil naše očekávání,“ uvádí Scott Davis, CEO a předseda představenstva.

Krize se zmrzlina nedotýká

V italském Rimini proběhl již 31. ročník proslulého cukrářského a zmrzlinářského veletrhu Sigep. Již potřetí se rozhodla jej navštívit i společnost Frutisimo.

K průběhu se vyjadřuje její jednatel Jan Hummel: „Veletrh splnil naše každoroční očekávání. Načerpali jsme do nové zmrzlinové sezony spoustu nových podnětů a informací, které se budeme snažit využít jako konkurenční výhodu.“ Dodává, že zákazníci se mohou těšit na několik specialit. Již nyní přiznává, že firma plánuje překvapení, které odtajní 3. 3. přímo na provozovnách při neoficiálním startu zmrzlinové sezony.

Obchodní domy znovu ožívají

Podle Prague City reportu společnosti Jones Lang LaSalle (JLLS) znovu ožívají obchodní domy. Dokončeno je několik rekonstrukcí v Praze a na rok 2010 jsou naplánovány renovace v regionálních městech. Sylvie Samadi, vedoucí maloobchodního oddělení JLLS, uvádí: „Trend rekonstrukcí obchodních domů je nyní v plném proudu. Poté co jsme byli v Praze svědky spuštění konceptu My společnosti Tesco a rovněž zahájení rekonstrukce Kotvy, bylo po celé republice oznámeno několik projektů. Ačkoliv renovace obchodních domů Prior a Bílé Labutí v Praze byly pozastaveny, Olomouc a Chomutov se již v tomto roce dočkají renovace obchodních domů Galerie Moritz a OC Chomutovka. Konkurenční výhodou obchodních domů na maloobchodním trhu je bezesporu jejich umístění v centrech měst.“ Pokud budou rekonstrukce úspěšně dokončeny, mohou obchodní domy v regionálních městech do určité míry nahradit neexistující nákupní třídy.

Bacardi & Martini University pokračuje i letos

Na podzim loňského roku byl pod záštitou značek společnosti Bacardi odstartován vzdělávací projekt Bacardi & Martini University. V první fázi se účastníci dozvívali řadu zajímavých informací o rumu Bacardi, jeho historii a rumovém prostředí vůbec. V současnosti projekt vstupuje do druhé fáze, kdy jsou realizovány semináře detailně informující o dalších značkách zastupovaných firmou Bacardi po celém světě. Jedná se o Martini, prémiový gin Bombay Sapphire a exkluzivní vodku Grey Goose. „Zájemci, profesionální barmani, se do University mohou přihlašovat prostřednictvím obchodních zástupců společnosti Brown-Forman Czech & Slovak Republics,“ říká Vilma Vespalcová, brand manažerka značek Bacardi a Martini.



Pausa Café rozšířila sortiment

Česká kavárenská síť Pausa Café připravila pro své hosty zdravou nabídku v podobě čerstvě vymačkaných šťáv ze sezonního ovoce a zeleniny, kterou rozšiřuje paleta bílých a zelených čajů. Hosté si tak mohou objednat kolem deseti druhů čerstvých ovocných a zeleninových šťáv a také 14 druhů čaje. „K rozšíření nabídky v tomto směru nás paradoxně inspirovala vlna letošní zimní chřipky. Jako vitaminovou bombu jsme začali nabízet mix z čerstvě vymačkaných pomerančů, jablka, červené řepy a zázvoru, který nejenže zmírňuje projevy chřipky a rýmy, ale dodává drinku také patřičný říz a pikantnost. Hosté na naši novinku s příznačným názvem Antichřipák reagují velmi pozitivně,“ říká Martin Schuster, provozní ředitel kavárenské sítě Pausa Café.

Zaměstnanci Tesco od února v novém

Zaměstnanci všech obchodů, čerpacích stanic i distribučních center Tesco obléknou nové zaměstnanecké uniformy. Firma je vybaví i praktičtějšími ochrannými pracovními pomůckami. Tesco tak reaguje na změnu potřeb jednotlivých pozic a poptávku svých zaměstnanců zejména po modernějším a pohodlnějším pracovním oblečení. Oblečení nakoupil retailer centrálně také pro další země střední Evropy, a tak se s obdobnými uniformami budou moci setkat např. i zákazníci na Slovensku nebo v Maďarsku. Oblečení ve firemních modro-červených barvách je jednotné u zaměstnanců na pokladnách, pracovníků obchodu a vedoucích. Uniformy potřebné na ostatních pozicích se v jednotlivých zemích liší a jejich vzhled byl navrhován individuálně.



Komplexní studie o on-line nakupování

Výzkumná agentura Gemius, Seznam.cz a Centrum Holdings představují komplexní studii E-commerce 2009: Trendy a názory – výzkum mezi českými uživateli internetu, detailně analyzující nakupování přes internet. Studie prezentuje především informace o frekvenci nakupování na internetu, postoj a zvyklosti při nakupování v internetových obchodech a na internetových aukcích a žebříček nejpopulárnějších stránek internetových obchodů a aukcí v ČR. Představuje např. nejčastější kategorie výrobků vyhledávané na internetu (od roku 2008 jsou to stále elektronické a domácí spotřebiče, cestovní služby a mobilní telefony s příslušenstvím), žebříček nejnavštěvovanějších internetových obchodů v ČR: Alza.cz (uvedlo 15 % respondentů), Vltava.cz (6 %), Kasa.cz (5 %), CzechComputer.cz (5 %) či ranking internetových aukcí: Aukro.cz (63 %), eBay (15 %).

Verbatim upevňuje 3. místo na trhu

Na trhu zapisovatelných médií dosahují vysokého růstu zejména flash disky, pevné disky a vysokokapacitní optické disky. „Pro Verbatim, jehož byznys rovnoměrně stojí právě na těchto třech pilířích, to znamená mnoho příležitostí. Verbatim, který už je nyní v Evropě i ve světě jedničkou na trhu optických nosičů, by se chtěl v roce 2010 etablovat jako třetí nejsilnější hráč na trhu veškerých externích nosičů, tedy včetně USB disků, flash pamětí a externí pevných disků. Tohoto postavení jsme podle průzkumu GfK poprvé dosáhli již v roce 2009. Abychom si třetí příčku udrželi dlouhodobě, plánujeme zvýšit letošní tržby o 10 %,“ říká Maria Csilics, odpovědná za PR v Evropě, na Blízkém východě a v Africe.

Nejlepší franšízou světa je pro letošek opět Subway

Fastfoodový řetězec Subway je pro rok 2010 opět nejlepší franšízou světa. Ve svém nejnovějším žebříčku Franchise 500, která hodnotí 500 nejlepších franšízových konceptů na světě, to uvedl prestižní časopis Entrepreneur. Subway svou pozici obhájil již posedmácté z 23 ročníků nejkomplexnějšího žebříčku franšíz na světě. Ve střední a východní Evropě byl rok 2009 pro Subway velmi rušný. V loňském roce otevřel 53 nových restaurací. Nejvíce to bylo v Rusku, kde zahájilo provoz 25 nových restaurací. Následovalo Polsko s 19 novými restauracemi, dále např. ČR (5), SR (4) a Bulharsko (3). V celém regionu střední a východní Evropy tak na konci roku 2009 fungovalo 156 restaurací Subway.

Personálie

- Do funkce prezidenta a generálního ředitele společnosti Cushman & Wakefield Inc. byl jmenován Glenn Rufrano. Zároveň se stal členem představenstva. Do své funkce nastoupí 22. 3., jakmile mu skončí funkční období generálního ředitele společnosti Centro Properties Group. Kancelář bude mít v New Yorku.
- Marketingovým ředitelem FINEP je Gustav Libra. Zodpovídá za novou marketingovou strategii, která má za cíl dále posílit roli FINEP na rostoucím trhu nemovitostí. Jeho dalšími úkoly je repositioning značky a vytváření marketingových inovací.
- Společnost WBI Systems, která vstupuje na český trh a nabírá zdejší IT odborníky, získala do svého týmu uznávané oborové špičky z oblasti softwarového vývoje a správy softwarových licencí. Do čela divize WBI Microsoft Business Solutions Group nastoupil Jiří Blažek a divizi WBI Licensing Solutions Group povede Martina Hyndráková.