

REGAL^{line}

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 36/11, 25. 10. 2011

Prodejna roku zná vítěze

Minulý týden ve středu proběhlo slavnostní vyhlášení soutěže Prodejna roku. V kategorii potravinových širokosortimentních prodejen zvítězily potraviny U Štěpánů z Dačic. Prodejnu vedou manželé Štěpánovi již od roku 2001. Mezi specializovanými prodejny byla podle poroty nejlepší pekárna Wine Food Market Panificio z Prahy (na fotografii zástupci Wine Food Market Panificio – Jiří Jelínek, Piero Barone a Lubomír). Nově otevřená italská pekárna doplňuje market italských potravin a specialit, který se umístil v loňském ročníku soutěže. Prodejna nábytku TON zase vévodila nepotravinovým prodejnám a porotu zaujala svým osobitým designem (na fotografii Ivana Kocourková, marketingová specialista, a Jan Juza – druhý zleva, marketingový manažer společnosti TON společně s Danielem Köpplem z vydavatelství Economia a Milanem Kroutilem z TUV SÚD). Design a celé pojetí prodejny byly také důvodem, proč se porota rozhodla o udělení zvláštní ceny časopisu Regal prodejně Botas Concept Store v Praze.

Soutěž Prodejna roku pořádá každoročně vydavatelství Economia pod záštitou časopisu Regal. Generálním partnerem soutěže je již druhým rokem Komerční banka a odborným garantem, bez kterého by kontroly prodejen nebyly možné, je již tradičně TUV SÚD Czech.

V letošním ročníku soutěže jsme zaznamenali ve srovnání s předchozími roky několik změn. Daleko více než dříve přihlašovali letos do soutěže prodejny jejich zákazníci. Zřejmě proto ovšem došlo k nedodržení podmínek a pravidel pro přihlášení u více prodejen. Zejména se to týkalo pravidla, že prodejna musí stát samostatně a nesmí být součástí obchodního centra či nákupní galerie.

Další změnou oproti ostatním ročníkům byl počet přihlášených nepotravinových prodejen. Letos bylo v soutěži nepotravinových prodejen nejen více než loni, ale i spektrum jejich zaměření bylo pestřejší. A do třetice – kromě několika málo případů byly ve většině úplnými nováčky v soutěži. Dokonce finalisté jsou (kromě dvou prodejen) letos úplně jiní než loni. To svědčí o tom, že vyhrát jeden rok ještě neznamená recept na úspěch. Výsledky kontroly auditorů společnosti TUV SÚD mohou připravit o očekávané prvenství i „jasného“ favorita. Více informací o soutěži, výsledcích a také fotografie prodejen a z vyhlášení najdete na www.prodejnaroku.cz a také na Facebook Regal.

Konzum přichází s kampaní

Obchodní družstvo Konzum z Ústí nad Orlicí v listopadu spustí novou kampaň. Ta se snaží komunikovat odlišné postoje a hodnoty této společnosti. V kampani se objeví regionální, etická a ekologická témata. Konzum tak bude na konkrétních příkladech svým zákazníkům ukazovat jeho odlišné chování v rámci českého maloobchodu. Použit bude také nový slogan společnosti – Férový obchod. „Kampaň, kterou nasazujeme, plynule navazuje na naši komunikaci regionálnosti spuštěnou loni,“ říká ředitel Konzumu Miloslav Hlavsa a dodává, „nově tak bude propagována například garance jen českého masa, českého mléka či másla na našich prodejnách. Kampaň by měla posílit positioning Konzumu jako lokální společnosti, která podniká férově a eticky.“



Regal 10/2011
vyšel 20. října
V čísle mj. najdete:
• Malá velká expanze
• Pozor na laktózu
• Jak uspořít v nákupních centrech
Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Britský Coop zavádí QR kódy na balení čerstvého zboží

Co-operative Group je jedním z prvních velkých retailerů, kteří začínají používat QR kódy na svých baleních čerstvého zboží. Jejich prostřednictvím budou informovat zákazníky o potravině, jejím výrobci i receptech. Zákazníci si kódy z obalů budou moci naskenovat prostřednictvím chytrých telefonů. Poté budou přesměrováni na webovou stránku, kde získají informace o produktech, jejich nutriční hodnotě, výrobcích, ale i návody na jejich přípravu. Zatím se QR kódy objeví na pěti produktech z britských farem: na jablkách, hruškách, cibulích, bramborách Maris Piper a bramborách na pečení. Zákazníci se tak dozvědí, co kupují, odkud potraviny pocházejí, jak se dostaly na pult prodejny a co s nimi mohou udělat doma v kuchyni.

Aldi zvyšuje podíl na trhu na 26,5 %

Německý řetězec diskontů Aldi zvyšuje svůj podíl na trhu rychleji než jeho konkurenti. V meziročním srovnání vzrostl jeho podíl o 4,5 %, což mu vynáší 26,5 % na celkovém trhu. Stále ale vede Tesco s 27,8 % (nárůst o 3 %) a Dunnes Stores si drží svůj prostor. Klesá naopak Superquinn patřící Musgrave Group – z 11,2% podílu na trhu klesl na 5,8 %, což ho řadí hned za Lidl (6,3% podíl na trhu), a ztrácí také jeho značka SuperValu (o 1,7 % z loňského podílu na trhu 19,8 %). Rostoucím hráčům pomáhají nové kampaně snižování cen, neboť spotřebitelé šetří a vyhledávají levnější výrobky.

Výkonný ředitel Metro Group končí

Eckhard Cordes, výkonný ředitel Metro Group, oznámil, že v říjnu 2012, kdy vyprší jeho mandát, smlouvu neprodlouží. Toto oznámení odporuje jeho posledním tvrzením, že se funkce vzdát nehodlá. Svůj krok vysvětlil tím, že společnost vyžaduje důvěru, spolupráci a jednotu mezi managementem a supervízory a tu podle něj již Metro Group postrádá. O jeho dalším setrvání na postu se spekulovalo již dříve. Cordes byl pod tlakem kvůli neúspěchu při revitalizaci hypermarketů Real a řetězce Kaufhof, pro které nedokázal najít kupce.

Nová OC v Evropě budou

Na obzoru je nárůst výstavby nákupních center v Evropě. V některých zemích se sice v posledních letech výstavba utlumovala, ovšem rostoucí poptávka maloobchodníků a obavy z potenciálního nedostatku špičkových prostor v mnoha evropských zemích přispívají k očekáváním nárůstu stavební činnosti. Uvádí to zpráva společnosti Cushman & Wakefield, která potvrzuje informace, které jsme již zveřejnili v časopise Regal č. 10/2011. „Díky opatrné expanzi maloobchodníků a omezené nové nabídce se trh jeví jako předvídatelnější. Pokles obrátu v roce 2009 byl nakonec mnohem menší, než se čekalo. Vývoj v roce 2010 i letos byl pozitivní, nebo přinejmenším stabilní. To evidentně povzbudilo investiční aktivity v letošním roce,“ říká Alexander Rafajlovič, vedoucí týmu výzkumu trhu společnosti Cushman & Wakefield pro ČR a Slovensko.

Za první pololetí roku 2011 byly v Evropě dokončeny více než 2,1 mil. m² nových nákupních center. To zhruba odpovídá objemu za stejné období roku 2010. Přitom 90 % těchto prostor připadá na nová nákupní centra (celkem jich bylo postaveno 71), zbývajících 10 % tvoří rozšíření stávajících projektů. „ČR je jednou z deseti evropských zemí, kde se v letošním prvním pololetí žádné nové nákupní centrum neotevřelo. Stejná situace byla například v Maďarsku, Rakousku či Bulharsku. Rok 2011 tak v České republice bude jednoznačně ve znamení výstavby nákupních parků, jichž se do konce roku postaví zhruba 60 tisíc m²,“ říká Rafajlovič.

Budou-li všechny naplánované projekty dokončeny včas, celková výstavba v Evropě za rok 2011 dosáhne 6,8 mil. m² a překročí o 26 % výsledky loňského roku. Víc jak polovina nových prostor (58 %) otevřených v prvním pololetí 2011 připadala na střední a východní Evropu. Obzvláště dobře si vedlo Rusko, Turecko a Polsko.

Na rok 2012 se v celé Evropě plánuje otevření nákupních center o celkové ploše 5,8 mil. m². Konečný výsledek bude záviset na poptávce nájemců a tempu zotavování ekonomiky.

Virtuální drogerie v pražském metru

Čeští zákazníci mají od minulého týdne možnost nakupovat drogerii přímo na nástupišti ve stanicích pražského metra Anděl, Muzeum, Národní Republiky a Flora. Česko se tak stalo třetí zemí, kde se podobné virtuální prodejny otevrou. Časopis Regal informoval letos v srpnu například o podobné prodejně Tesca v Koreji (více viz Facebook Regal). Virtuální prodejnu představily společnosti MALL.CZ a Procter & Gamble. Na sloupech v metru jsou produkty „vystaveny“, podobně jako v běžném supermarketu, ovšem s tím rozdílem, že jde jen o obrázky s QR kódy na samolepící fólii. K nákupu pak stačí jen vytáhnout mobilní telefon, vyfotit kódy vybraného produktu a pomocí aplikace, která zákazníka provede celou objednávkou, si zboží nakoupit.



V obchodech zmizelo zboží za deset miliard

V českých obchodech bylo letos ukradeno nebo se ztratilo zboží za 532 milionů dolarů (asi 9,6 miliardy korun), o 95 milionů dolarů více než loni. Podíl ztrát na tržbách obchodů se zvýšil z 1,4 % loni na 1,53 %. Česku z pohledu tohoto ukazatele mezi sledovanými zeměmi Evropské unie připadlo první místo. Nejvyšší hodnotu krádeží a ztrát letos v EU vykazovalo Německo, kde obchodníci přišli o 7,3 miliardy dolarů. Výplývá to z průzkumu, který zveřejnila britská agentura Centre for Retail Research.

Galerii Stromovka začnou stavět na jaře

Už příští rok na jaře chce britský developer Lordship začít stavět na Letné nákupní centrum Galerie Stromovka, informoval o tom server ihned.cz. Podle jejího zástupce Martina Pilky společnost finišuje projektovou dokumentaci pro stavební úřad. „Doděláváme projekt ke stavebnímu povolení. Jakmile to bude hotové, tak hned o povolení požádáme. Stavební povolení ovšem dostaneme. Není tam žádná technická překážka,“ řekl Pilka. Šestipodlažní administrativní a obchodní centrum zaplní nevyužitý prostor nad letenským Parkhotlem. Developer bude pronajímat 30 tisíc metrů čtverečních obchodních a kancelářských ploch a 500 parkovacích míst. Hlavním nájemcem bude podle internetových stránek Lordshipu řetězec Tesco. „Projekt bude podle vydaného územního rozhodnutí. To znamená garáže, obchodní plochy a nad nimi kanceláře. Kanceláře budou minimálně na 7000 metrech čtverečních nad obchodními plochami,“ přiblížil Pilka.



(Pokračování na stránce 3)



Časopis Regal je na Facebooku!

Od srpna s námi můžete mluvit a sdílet příspěvky i fotky přes Facebook Regal.

Těšíme se na vaši přízeň i zajímavé postřehy.

Walmart chystá návrat na ruský trh

Když loni v prosinci Walmart odešel z ruského trhu tři roky po otevření své moskevské pobočky a osmi letech průzkumů trhu, vypadalo to, že největší světový řetězec narazil na první trh, který nedokázal dobýt. Nyní si společnost připravuje půdu pro svůj ruský návrat. Na pomoc si bere špičku ruského retailu Lva Khasise, který byl dříve výkonným ředitelem největšího ruského maloobchodníka X5. Nyní nastoupil jako senior viceprezident Walmartu, kde se bude zaměřovat na nové trhy, jako je Brazílie, Indie nebo Čína. Podle jeho slov nechce Walmart na ruský trh vstoupit okamžitě, ale bude bedlivě sledovat, kdy nastane ten pravý čas pro správnou akvizici.

Carrefour otevřel v Bukurešti

V úterý 18. října otevřel Carrefour nový hypermarket v bukurešťském nákupním parku Colosseum. Rozkládá se na 8400 m² a patří k němu na 2300 parkovacích míst. Zaměstnává asi 350 osob. V Rumunsku plánuje Carrefour do konce roku otevřít další dvě prodejny – ve městech Deva a Botosani. Nákupní centrum Colosseum se začne stavět až na podzim příštího roku, bude nabízet přes 480 obchodů na ploše 53 tisíc m² a jeho výstavba bude stát 350 mil. eur. V Bukurešti má Carrefour již jednu prodejnu formátu Express. Jeho rumunské tržby ve 3. kvartálu letos vzrostly o 7,5 %.

Co-op propaguje britské farmáře

V příštím roce bude britský Co-op prodávat své produkty v nových obalech s velkou britskou vlajkou a fotografiemi a komentáři britských farmářů, kteří pro něj pěstují ovoce a zeleninu. Z průzkumu, který si společnost v Británii nechala provést, vyplývá, že zákazníci věří, že britští farmáři dodávají kvalitní zboží. V rámci této kampaně dostanou nové kabáty jablka odrůdy Cox, hrušky Conference, brambory Maris Piper a cibule. Nová balení nahradí řadu „Grown By Us“.

(Pokračování ze stránky 2)

Pozemek, na kterém má obchodní dům stát, má společnost Lordship pronajatý od Prahy 7 už od roku 1997. V současnosti Lordship platí Praze 7 za parcelu nájem 4,5 milionu korun ročně. Starosta městské části, občanský demokrat Marek Ječmének, potvrdil, že uvažuje o prodeji pozemku společnosti. „Je to jedna z variant. Potřebujeme peníze na stavbu nové radnice a prodej tohoto pozemku by nám mohl pomoci,“ řekl Ječmének. Chystaný projekt Lordshipu však bude mít o pár stovek metrů dál konkurenci. Firma Orco, totiž chce v Bubnech, v blízkosti stanice metra Vltavská, spolu s německým developerem ECE postavit další velké nákupní centrum.

Ministerstvo průmyslu a obchodu v tichosti změnilo logo

Ministerstvo průmyslu a obchodu změnilo své logo. Nově se na jeho webu objevuje motiv poloukoule tvořené půlkruhovým žebrovím, doplněný názvem ministerstva (foto dole). Ministerstvo však zatím nedalo o žádné změně svého vizuálního stylu veřejně vědět. Tento fakt přijde zvláštní některým zástupcům Unie grafických designérů, která sdružuje mimo jiné právě tvůrce korporátních identit. „Nevyšla žádná tisková zpráva, neobjevila se žádná komunikace nové značky a najednou se na webu ministerstva objevil globus. Napsal jsem proto ministerstvu dopis, v němž jsem je jako zástupce odborného periodika Font a mluvčí Unie grafických designérů požádal o další informace,“ uvedl na konferenci Logo & Corporate Identity Ondřej Kafka, šéf grafického studia Kafka Design, a dodal, „poměrně dlouho jsme se snažili prosadit jednotný styl státní správy, aby v rámci sdílené identity fungovaly i značky jednotlivých úřadů. Zatím je situace bohužel taková, že různá ministerstva postupují zcela autonomně a mění svá loga dost často. Pak ale ta loga nemají žádnou šanci plnit svou roli, tedy okamžitě a jednoznačně daný úřad identifikovat. Nemá cenu dělat nový vizuální styl tam, kde chybí jasná a dlouhodobá koncepce.“



Výhrady k náhradě zákona o významné tržní síle

Obchodníci mají výhrady k návrhům novel zákonů o hospodářské soutěži a o cenách, které mají nahradit kontroverzní zákon o významné tržní síle. Návrh změn platných od července příštího roku zaslalo Ministerstvo průmyslu a obchodu do připomínkového řízení. Zákon o významné tržní síle od loňska reguluje vztahy mezi obchodníky a dodavateli. Obchodní řetězce zákon kritizovaly a tvrdí, že je nekalitní a poškodil jejich vztahy s dodavateli. Potravináři si naopak pochvalovali, že chování řetězců se díky zákonu zlepšilo. „Návrh novel na první pohled odstraňuje diskriminaci maloobchodníků v roli odběratelů, ale při podrobném seznámení se s navrhovanými novelami je zaměření na maloobchodní a velkoobchodní sektor nadále zcela evidentní, protože opatření jsou zásadně cílena právě na maloobchod a velkoobchod nejen překlopením některých dosavadních zákazů, ale i jejich zobecněním,“ sdělil ČTK prezident Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR Zdeněk Juračka, podle kterého návrh neodstraňuje ani výkladové nejasnosti.

Připravené novely zakazují zneužívat významné ekonomické postavení obchodníků, jejichž roční obrat přesahuje 10 miliard korun. Změny například počítají s tím, že obchodníci i nadále až na některé výjimky nebudou smět prodávat zboží dlouhodobě pod cenou. Zakázané mají být i platby, které přímo nesouvisí s dodávaným zbožím. Obchodní řetězce například při otvírání nových obchodů po dodavatelích požadovaly finanční příspěvky na letáky. Zachována má být povinnost platit faktury do 30 dnů. „Hranice 10 miliard korun čistého obratu nemá žádné zdůvodnění a není podložena žádným legitimujícím důvodem. Zřejmě je účelově cílena, protože pokud má regulace chránit trh, nemá to s obratem soutěžitela žádnou spojitost,“ míní Juračka. Zákon podle něj nekoresponduje s dosavadními ustanoveními zákona o ochraně hospodářské soutěže.

Nový šéf obchodu Hospodářské komory sází na PR

Novým ředitelem odboru obchodu, marketingu a komerčních projektů Hospodářské komory České republiky se stal Jan Vaisar (1979). Chce posílit roli PR a marketingu.

„Chci, aby nově přeorganizovaný odbor zastřešující veškerý obchod, PR, média a marketing ještě více posílil povědomí o dobrém jméně Hospodářské komory České republiky a jejích základních posláních,“ říká Vaisar. Odbor by měl podle něj napomoci i rozšíření členské základny. Vaisar působí v oblasti obchodu a marketingu od roku 1998. V letech 2001 až 2003 zastával pozici marketingového manažera společnosti Medium Soft. V posledních více než šesti letech pracoval ve společnosti Telefonica Czech Republic (původně Eurotel Praha), kde měl na starosti prodej klíčovými zákazníkům centrální státní správy.

Tesco obviněno z klamání zákazníků

Tesco bylo obviněno z klamání zákazníků při své kampani snižování cen „Big Price Drop“. Podle deníku The Times totiž řetězec v týdnu těsně před zahájením kampaně zvedl ceny svých produktů, takže deklarované slevy nebyly tak velké, některé ceny se prostě jen vrátily na svou původní úroveň. Tak mohlo Tesco zákazníkům tvrdit, že velmi uspoří. Například myslí tyčinka 750 g stála ještě 16. srpna 1,28 libry, kdežto 23. srpna už 1,89 libry, aby 26. září mohla v rámci kampaně zlevnit na 1,75 libry. To znamená, že za ni po avizovaném drastickém snižování cen zákazníci stejně zaplatili o 47 peniců více než měsíc předtím. Navíc některé ze zlevněných výrobků byly ve slevě již před kampaní.

Argos ztrácí, ale expanduje do Číny

Výdělky britského prodejce spotřebičů a domácího vybavení Home Retail Group, který provozuje řetězce Argos a Homebase, klesly v první polovině letošního roku oproti stejnému období loni o 70 %. Za pokles mohou podle agentury Bloomberg zejména neúspěchy řetězce Argos, co se týče prodeje elektronických spotřebičů, na kterých spotřebitelé v důsledku krize šetří. Tržby druhé značky Homebase jsou podle zdrojů uvnitř Home Retail také o něco horší, než se čekalo.

Přesto chce Home Retail v příštím roce expandovat s řetězcem Argos do Číny. Zde chce navázat spolupráci s výrobcem domácích potřeb Haier Group, který má společnosti pomoci proniknout do šanghajského regionu.

Personálie

• Společnost MAKRO Cash & Carry ČR otevřela novou pozici Head of Customer Management Asia – Vietnam v souvislosti s posílením zákaznické komunikace cílené na vietnamské maloobchodníky. Pozici od 1. 10. zastupuje Vo Van Nam, který dosud pracoval ve funkci Head of Supply Chain Management pro METRO Cash & Carry Vietnam v Ho Chi Minově městě. Vystudoval Asijský technologický institut, Moskevskou chemicko-technologickou univerzitu a ruštinu a angličtinu na hanojské univerzitě cizích jazyků.

• Manažerkou zaměstnaneckých vztahů Tesco je Renata Rusová. Na své pozici bude zodpovědná za řízení a rozvoj vztahů se zaměstnanci, konkrétně se jedná zejména o vydávání a aktualizaci interních směrnic, sběr podnětů zaměstnanců a sociální dialog s odbory. Renata Rusová do Tesca nastoupila již v roce 2006. Předtím byla šest let vedoucí pobočky mezinárodní personální agentury Start.