

REGAL^{line}

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 37/11, 1. 11. 2011

Spar uvádí novou privátní značku Spar Premium

Sortiment nové prémiové značky Spar Premium zahrnuje 64 produktů, z nichž je 34 zahraničních a 30 českých. V prodeji jsou od 26. října v hypermarketech Interspar i v zatím jediném supermarketu Spar v Praze-Jahodnici. V prodejnách budou mít dvojí vystavení – na samostatných displejích a v regálech s POS materiály. Spolu s uvedením do prodeje spouští Spar i soutěž o zájezd do rakouských Alp. Značku propaguje také šéfkuchař Zdeněk Pohlreich, který propůjčil svou tvář řadě kořenících směsí.

Generální ředitel Sparu ČOS Martin Ditmar (na fotografii) spolu s představením značky zároveň předal další směr, kterým se chce společnost na českém trhu ubírat. V posledním roce se podle slov Ditmara kromě otevření supermarketu v Jahodnici nezaměřovali na další expanzi, hledali totiž správnou velikost a formu. Na příští rok plánuje Spar otevřít další formát prodejen – koncept malých prodejen city store. Další vývoj Sparu se podle Ditmara týká právě sortimentu. „Spar si hledal toho správného zákazníka a nevěděl, jak na něj zacílit,“ řekl Ditmar. V průběhu roku v tomto ohledu zkusil dovoz specialit (např. drůbež z Francie) a v září zahájil kampaň zaměřenou na čerstvost, která se týká hlavně pečiva. Nově uvedená značka, již 24. privátní značka Sparu, přináší do prodeje prémiové výrobky zaměřené na kvalitu. „Hledáme dodavatele, se kterými chceme spolupracovat dlouhodobě, vytvořit partnerskou vazbu,“ řekl Ditmar. To se podle něj promítne i do marží, které na tyto výrobky uvalí. Dodavatele prý vybírali všichni zaměstnanci centrály metodou slepého testování. Mezi výrobce, kteří novou řadu tvoří, patří například Lahůdky Cajthaml, Moštovna Lažany, Žruď – Masokombinát Písek a další. Martin Ditmar dodal, že řada se v průběhu času bude rozrůstat a na základě zájmu zákazníků také inovovat.



Tesco v Letňanech se rozšíří o autosalon a McDonald's

Největší obchodní komplex v ČR, nákupní centrum Tesco v Letňanech, připravuje další fázi výstavby. Zveřejnila to ČTK, která vychází z údajů z databáze posuzování vlivu staveb na životní prostředí EIA. Z nich vyplývá, že by v nákupním parku Letňany měl v budoucnu stát ještě dvoupatrový autosalon a prodejna rychlého občerstvení McDonald's. „Záměrem je výstavba zařízení rychlého občerstvení pro společnost McDonald's a stavba komplexu autosalonu pro prodej osobních vozů,“ stojí v oznámení, které společnost Tesco zaslala úřadům. Autosalon je projektován jako zčásti dvoupodlažní, přičemž rozměry půdorysu objektu mají činit 102,5 a 45 metrů. „V areálu autosalonu bude probíhat prodej nových vozidel a jejich servis. Předpokládá se prodej zhruba 1000 automobilů za rok,“ uvedlo Tesco. Nákupní centrum Letňany se rozkládá na ploše 125 tisíc metrů čtverečních a kromě hypermarketu Tesco a prodejny Kika je zde zhruba 200 obchodů, desítky kaváren, barů a restaurací, multikino, bazén a hokejový stadion.

CCC Boty na Facebooku

Značka CCC Boty, která v Čechách k dnešnímu dni provozuje síť 51 prodejen s obuví a doplňky, spustila českou stránku na Facebooku. Všichni zákazníci i fanoušci zde naleznou nejnovější informace o produktech, aktuálních módních kolekcích, speciálních akcích i postupně nově otevíraných prodejnách. Prezentace na Facebooku je pro značku CCC Boty důležitá nejen kvůli vítané možnosti přímé komunikace se zákazníky, ale také proto, že nemají své české webové stránky. Ty tak podle vyjádření společnosti Facebook díky pravidelnému uveřejňování všech aktualit a kolekcí nahradí.



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

Evropské logistice se zatím daří

Průměrně 25% oživení trhu logistických a výrobních prostor zažila v prvním pololetí letošního roku nejen Česká republika, ale i Velká Británie, Německo, Francie a Belgie. Meziroční zlepšení je samo o sobě pozitivní informací, o stavu evropského trhu s průmyslovými prostory však mnohem více vypovídá chování nájemců a developerů.

Ti jsou vzhledem k nižšímu růstu ekonomik a ohlášeným vládním škrtům napříč Evropou velmi opatrní: realizovaným projektům dominují stavby na míru konkrétním nájemcům či firmám do vlastnictví a většina mezinárodních nájemců je velmi opatrná k jakýmkoliv náznakům expanze.

Podle DTZ se v krátkodobém horizontu bude situace na evropských trzích dále stratifikovat, a to v závislosti na průmyslové výrobě i spotřebě koncových spotřebitelů. V Německu, zemích střední a východní Evropy a v severovýchodních zemích je očekáván nárůst průmyslové produkce mezi 7 a 9 %. Naproti tomu Velká Británie a Francie zůstávají pod evropským průměrem 5,7 %.

Dachser má nový eurohub

Logistický provider Dachser otevřel svůj nový eurohub po německém Überhermu a slovenské Bratislavě nyní také poblíž města Clermont-Ferrand ve Francii. Investice do nového eurohubu ve výši deset milionů eur vytvořila sto nových pracovních míst.

Nový eurohub působí jako centrální logistická platforma, na kterou jsou napojeny všechny pobočky ve francouzské síti Dachser. Každou noc směřuje přibližně 60 kamionů k 98 nakládacím rampám nového eurohubu. Odtud jsou zásilky distribuovány přímo do svých cílových destinací.

Walmart garantuje nejnižší ceny

Americký řetězec Walmart spouští svou předvánoční kampaň „Christmas Price Guarantee“, ve které zákazníkům zaručuje nejnižší ceny na trhu. Najdete-li v jiných obchodech výrobky za nižší cenu, než za jakou jste je koupili u nás, proplatíme vám rozdíl, vzkazuje zákazníkům. To vše formou dárkového šeku

(Pokračování na stránce 2)

Retail Summit 2012

Další rozvoj na vysoce saturovaném a „dospělé“ náročném trhu nebude nijak jednoduchý a vyžádá si mysl a jednat v souvislostech. Zveřejněný program Retail Summitu 2012, konaného tentokrát v konferenčním centru pražského Clarion Congress Hotelu v Praze ve dnech 31. 1. a 1. 2. 2012, je vystavěn okolo této zásadní strategické úvahy.

Hned první programový blok moderovaný Jakubem Železným přinese řadu zásadních vystoupení osobností, které obchodníkům přinesou klíčovou inspiraci „odjinud“. Připomeňme v této souvislosti například makroekonomické experty Jana Bureše (ČSOB – Poštovní spořitelna) a Michala Mejstříka (Institut ekonomických studií Univerzity Karlovy) či známého podnikatele a bojovníka proti korupci Karla Janečka. Do diskuse byli přizváni i Miroslav Kalousek a Zdeněk Tůma. Tradiční hráče obchodního trhu budou v úvodní části Retail Summitu 2012 reprezentovat obdobně silné osobnosti – majitel skupiny Agrofert Andrej Babiš, prezident Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR a šéf českých spotřebních družstev Zdeněk Juračka a bývalý top manažer METRO Group Martin Dlouhý. Druhá část summitu se bude zabývat trendy poptávky a obchodu a zahájí ji vystoupení klíčového řečníka David Bossharta, CEO švýcarského retailového think tanku GDI. Závěrečná část plenárního jednání summitu bude věnována sdílení zkušeností a úspěšných řešení. Vystoupí v ní Xavier Hua (prezident iniciativy ECR Europe), Adam Elman (Marks&Spencer UK) a Martin Moravec (p.k.Solvent).

Sušenky Oreo na trhu

Společnost Kraft Foods uvádí v České republice na trh sušenky Oreo. Jsou to světoznámé kulaté tmavé sušenky s bílou náplní uvnitř. A samozřejmě nejlépe chutnají s mlékem. K tomu navrhl i slogan: Otoč. Olízni. Omlékuj. Nejprve dvě Oreo sušenky otočte od sebe, potom jednoduše olíznete náplň a nakonec kakaová kolečka „omlékujte“ ve sklenici s mlékem a snězte.

Podle vyjádření společnosti bude u nás v distribuci nejprve klasická řada Oreo – kaková sušenka a náplň s vanilkovou příchuť, a to v baleních 176 gramů, 66 gramů a 22 gramů. Do budoucna bude společností zvažovat uvedení dalších příchuť a druhů. Uvedení sušenek bude podpořeno kampaní, kterou mohli spotřebitelé vybrat ze dvou variant uveřejněných na stránkách Facebooku.



DM drogerie zvýšily o desetinu zisk

Růst obrátu o téměř 10 procent na 5,9 miliardy korun zaznamenala v obchodním roce 2010/2011 společnost DM drogerie markt v České republice. Firma, která v Česku zaměstnává asi 1900 lidí, otevřela nedávno svoji 200. tuzemskou prodejnu, a to v pražském Avion Shopping Parku. Během uplynulého roku společnost otevřela v Česku 12 obchodů a do obchodní sítě investovala 110 milionů korun. Rakouská DM má dceřiné společnosti také například na Slovensku, v Maďarsku, Slovinsku, Chorvatsku, Srbsku, Rumunsku a Bulharsku. Celá skupina DM provozuje asi 2500 prodejen. V uplynulém obchodním roce vykázala růst obrátu o 9,3 procenta na zhruba 6,2 mld. eur.

Centrum Lihovar otevře v listopadu

Přestavba říčanského Lihovaru z roku 1939 na centrum služeb a obchodů je těsně před svým dokončením. Stavba lokálního střediska trvala dva roky a první návštěvníky přivítá OC Lihovar v polovině listopadu. Centrum o rozloze 10 tisíc metrů čtverečních bude otevřeno ve dvou fázích, přičemž v první bude otevřeno 33 obchodních jednotek, restaurace a kancelářské prostory, ve druhé fázi bude centrum rozšířeno o dalších 1300 metrů čtverečních, supermarket Interspar, který nabídne i vlastní bistro a lékárnu u Zlatého hada.



Mountfieldu klesl zisk

Společnosti Mountfield, která v Česku provozuje 55 prodejen se zahradní technikou, bazény a potřebami pro volný čas, loni mírně klesly tržby meziročně o 41 milionů korun z 3,259 miliardy korun v roce 2009 na 3,218 miliardy korun. Prodejním Mountfield se i mírně snížil zisk, a to z 20,2 milionu korun v roce 2009 na 14,8 milionu korun.

Vyplývá to z výroční zprávy společnosti Mountfield. „Rok 2010 byl pro nás z hlediska obrátu i zisku příjemným překvapením vzhledem k situaci, která na trhu panovala. Celosvětově trh se zahradní technikou a bazény klesal u jednotlivých komodit i o desítky procent, u nás to bylo jen v řádu jednotek a celkový výsledek byl ve finále o několik milionů lepší, než jsme očekávali,“ sdělil ČTK mluvčí společnosti Mountfield David Jirušek.



Časopis Regal je na Facebooku!

Můžete s námi denně mluvit, sdílet příspěvky a prohlížet fotky přes Facebook Regal. Těšíme se na vaši přízeň a zajímavé postřehy.

(Pokračování ze stránky 1)

na příští nákup. Akce se bude vztahovat na výrobky zakoupené ve Walmartu od 1. listopadu do 25. prosince a bude se týkat i nákupů na splátky.

E-shopy v EU dopadly dobře

Internetové obchody, které fungují v zemích Evropské unie, dopadly v letošním testu sítě Evropských spotřebitelských center dobře a zahraničním zákazníkům dodaly většinu objednaného zboží. Informoval o tom ředitel české pobočky ESC Tomáš Večl, podle kterého se internetoví obchodníci proti poslednímu průzkumu provedenému v roce 2003 zlepšili.

Při 305 nákupech přes hranice v EU doručily internetové obchody 94 procent objednaných výrobků, přičemž 99 procent z nich odpovídalo objednavce. Z celkových 305 výrobků dorazila polovina během prvního týdne a do 14 dnů bylo doručeno 86 procent zboží. V roce 2003 bylo v této lhůtě doručeno pouze 64 procent zboží.

Metro Group expanduje v Turecku

Německý retailer Metro Group oznámil, že hodlá těžit z trvalého ekonomického boomu v Turecku, a to tím, že do konce roku 2012 otevře celkem 24 nových prodejen Cash & Carry, Real, Media Markt a Saturn. Při vystoupení v Istanbulu výkonný ředitel Metro Cash & Carry a Real Group Joël Saveuse uvedl: „Turecko vidíme jako nejdůležitější rostoucí trh pro Metro Group.“

Lidl hledá lokace v Srbsku

Společnost Lidl údajně zvažuje zhruba dvacet míst v Srbsku, kde by mohla vybudovat své supermarkety. Podle místního tisku německý diskont otevře nejprve dvě prodejny ve městech Novi Sad a Valjevo. Lidl byl poprvé zaregistrován na srbském trhu v prosinci minulého roku ve stejné době, kdy hledal expanzní příležitosti ve východní Evropě, tedy i v Chorvatsku, Maďarsku a Bulharsku.

Nový koncept malých kaváren

Franšízový kavárenský řetězec Coffeeshop Company přichází na český trh s konceptem modulových kaváren. Jde o malé kavárny, které lze umístit téměř kamkoliv – do pasáží, vestibulů nádraží, do volného prostoru nákupních a obchodních center nebo do vchodů metra. Výhodou je jejich variabilita a výrazně nižší investice oproti klasickým „kamenným“ kavárnám. Coffeeshop Company ve střední Evropě buduje franšízovou síť stylových kaváren vycházejících z vídeňské tradice. V Česku provozuje osm kaváren, z toho pět franšízových. V současné době má Coffeeshop Company připravených několik typů těchto modulových kaváren. „Variabilita modulových kaváren je velká, od větších modulů přes malé bary až po mobilní venkovní stánky a je možné je umístit téměř kdekoliv. Hodí se například i do menších měst, do pasáží, volných prostor v obchodních centrech, vstupech do metra a podobně,“ říká Marek Hofmann, šéf rozvoje Coffeeshop Company v Čechách. Modulovou kavárnu Coffeeshop Company si mohou otevřít stávající, ale i noví franšízoví partneři.



Obchodníci avizují vánoční slevy

Obchodníci na předvánoční období naplánovali slevy a akční nabídky zboží za zvýhodněnou cenu, aby do svých prodejen přilákali co nejvíce zákazníků. Závěr roku je totiž nejsilnějším prodejním obdobím v roce. Loni v prosinci ale maloobchodní tržby navzdory příznivým předpovědím klesly meziměsíčně o 2,1 procenta a meziročně o 1,3 procenta.

Plánujeme předvánoční akční nabídky, obdobné jako vloni, které proběhnou v několika vlnách v závislosti na tom, jaké zboží v daném období zákazníci nejvíce nakupují,“ sdělila ČTK mluvčí obchodního řetězce Tesco Eva Karasová. Akční nabídky se budou týkat všech kategorií zboží, které lidé pořízují jako vánoční dárky, a čerstvých i trvanlivých potravin. „Bude se jednat jak o speciální cenově výhodné balíčky, tak o procentní slevové akce nebo akce typu dva výrobky za cenu jednoho,“ dodala.

Akční nabídky vánočního sortimentu plánují i supermarket a hypermarkety Albert. „Zboží související s vánočním časem, které bude pro zákazníky prodejen Albert k dispozici za akční ceny, budeme každý týden zveřejňovat v našem letáku. Týdenní nabídku navíc ještě podpoří vánoční katalogy,“ uvedla Simona Caidlerová ze společnosti Ahold, která v Česku prodává Albert. Supermarkety Billa již vydaly vánoční katalog a připravují speciální týdenní předvánoční nabídky. „Budou zaměřené vždy podle nadcházejícího svátku, především ale na čerstvé ovoce a zeleninu, pečivo, sýry, saláty, ovoce, suché plody a další pochutiny. Podobně tomu bude i před koncem roku, kdy pro zákazníky připravujeme speciální silvestrovskou nabídku,“ podotkla Gabriela Bechynská, která společnost Billa mediálně zastupuje.

Billa stahuje kečup Clever

Maloobchodní řetězec Billa začal preventivně stahovat z obchodů kečupy vlastní značky Clever. Jsou to Clever Kečup jemný a Clever Kečup ostrý v balení po 490 a 900 gramech od společnosti Hamé, ve kterých byl podle rozboru Ústavu pro vyšetřování potravin nízký podíl rajčat a naopak vysoký podíl konzervačních látek. „Stahované výrobky svou kvalitou neodpovídají požadavkům českých norem ani smluvním ujednáním s výrobcem,“ uvedl generální ředitel společnosti Billa v Česku a na Slovensku Jaroslav Szczyпка. Billa podle něj vrátí zákazníkům peníze za koupené kečupy Clever, a to i bez předložení účtenky. Podmínkou je vrácení balení stahovaných kečupů, i když bude již načaté. K provedení rozboru přivedly společnost Billa testy kečupů na českém trhu zveřejněné nedávno ve spotřebitelském časopise dTest. Všechny 22 kečupů, které nechal časopis zkontrolovat, obsahovalo nebezpečné mykotoxiny z plesnivých či nahnílených rajčat. Kromě toho byly v kečupech také pesticidy a rajčata v některých výrobcích nahrazovala jablečná dřev, karotka nebo cibule.



Kaufland obhájil certifikát IFS

Společnost Kaufland vyrábí masové speciality pod značkou K-Purland ve svém vlastním masozávodu v Modleticích u Prahy. Masozávod je držitelem certifikátu IFS, který je oceněním vysokého standardu ve výrobě, a nyní při posledním pravidelném kontrolním auditu jej znovu obhájil. IFS, International Food Standard, je standard, který slouží k posouzení jednotlivých značek jednotlivým přezkoušením bezpečnosti potravin a úrovně kvality výroby.

Mercator dále expanduje v Bosně

Společnost Mercator, která působí především v jihovýchodní Evropě, oznámila dohodu o převzetí 63 nákupních center od bosenské firmy Drvopromet.

Skupina uvedla, že převezme obchody pod bannerem DP Marketi. Za jakých podmínek se tato transakce provede, však nezveřejnila. Mercator má v Bosně 4,5% podíl trhu a ve zprávě zástupci společnosti uvedli: „Strategická aliance je v souladu se strategií růstu a vizí být největším retailerem potravin a produktů pro domácnost v regionu jihovýchodní Evropy.“

Co-operative zavádí QR kódy

Společnost Co-operative Group se stane jednou z prvních velkých retailerů, kteří zavedou QR kódy na čerstvé balené produkty proto, aby poskytli zákazníkům informace o samotném produktu, jeho původu a třeba i receptech. QR kódy se budou tisknout na obal a umožní přes chytré telefony získat více informací o pěstování daných produktů, o výrobcích apod. QR kódy se objeví na zkoušku na pěti produktech: jablkách, hruškách, cibuli a dvou druhích brambor. Tyto produkty dodávají vybraní dodavatelé, mezi nimiž jsou i The Co-operative Farms.

Personálie

- Do pozice country manažera divize Schwarzkopf Professional společnosti Henkel ČR byl jmenován Petr Freiberg. Jeho úkolem bude především strategické řízení značek na českém trhu. Petr Freiberg do společnosti Henkel ČR přichází z developerské firmy Satpo, kde zastával pozici výkonného ředitele. Své pracovní zkušenosti ze začátku získával ve společnosti Procter & Gamble, kde působil na řadě obchodních pozic v rámci České republiky i Slovenska.

- Společnost Heineken Česká republika má nového manažera Corporate Relations. Dne 17. října na tuto pozici nastoupil Jiří Hauptmann. Ve funkci tak nahradil Kateřinu Eliášovou, která před několika měsíci začala pracovat přímo v ústředně Heinekenu v Amsterdamu. Jiří Hauptmann do Heinekenu přišel ze společnosti Philips, kde působil na pozici Senior Manager PR/Integrated Communication pro region střední a východní Evropy.

- V září 2011 byla personální ředitelkou skupiny G4S v České republice jmenována Magdaléna Váľková. Jejím hlavním úkolem je především konsolidace personální politiky obou firem G4S Cash Solutions a G4S Secure Solutions. Skupina G4S zaměstnává v Česku téměř 2 500 zaměstnanců.