

# REGAL<sup>line</sup>

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 13/12, 3. 4. 2012

## Aerium prodává obchodní centra ve střední Evropě

Společnost Aerium, která provozuje obchodní centra v České republice, na Slovensku a v Polsku, bude rozprodávat svoje nemovitosti. Podle serveru PropertyEU bude mít jejich prodej hodnotu okolo 400 milionů eur. V ČR půjde o tři hypermarkety a dvě obchodní centra, v Polsku a na Slovensku o čtyři obchodní centra. Koncem minulého roku přitom společnost získala na provoz těchto nemovitostí půjčku 180 milionů eur od Deutsche Pfandbriefbank. Celkem společnost spravuje více než 650 nemovitostí v hodnotě 7,4 miliardy eur. Zakladatel a generální ředitel Aerium Franck Ruimy sdělil, že prodej nemovitostí se uskuteční v průběhu šesti měsíců. Důvodem prodeje je, že se tato společnost chce více soustředit na jiné evropské trhy – zejména na Velkou Británii, Francii, Lucembursko, Švýcarsko, Německo, ale také Turecko. Změna majitele nemovitostí, ve kterých sídlí hypermarkety Carrefour na Slovensku, nebude mít podle vyjádření společnosti Retail Value Stores, která hypermarkety na Slovensku provozuje v obchodních centrech Danubia, Polus, Dubeň a Cassovia, žádný vliv na jejich provoz. Jestli se něco změní pro české hypermarkety Tesco, které jsou v nemovitostech patřících společnosti Aerium, se zatím redakci nepodařilo zjistit.

## Fresh Food 2012

Rok po úspěšné konferenci na téma čerstvých potravin v maloobchodě se chystá její druhý ročník. Retail in Detail s podtitulem Fresh Food 2012 se uskuteční 23. května v hotelu Olympik Artemis v Praze a přinese diskusi klíčových hráčů na našem trhu. Jejím cílem je dohodnout se k závěrům, co mohou obchodníci, výrobci i státní orgány udělat pro zlepšení kvality nabízených čerstvých potravin v ČR.

Jen stěží bychom hledali jiný segment trhu než čerstvé zboží, na kterém doslova explodují problémy prakticky každý den. Prošlé potraviny, extrémní růst cen, průmyslová sůl v importovaných potravinách, absence masa v uzeninách, Velikonoce bez vajec ... Rovněž interpretace toho, co na nás média v souvislosti s prodejem čerstvých potravin letos chrlí, je velmi dramatická. Mezi nakupujícími i experty se lze setkat i s dosti extrémními názory od „konečně se někdo začal starat o ochranu spotřebitele“ až po „politici se snaží odklonit pozornost od svých skandálů, a tak generují nová zástupná témata ...“.

Nepochybně nastala ta správná chvíle sednout si společně k jednomu stolu a v klidu, ale velmi důrazně prodiskutovat, kam jsme se dostali a zejména, jak z toho ven. Jedinečnou šancí pro diskusi tohoto typu je letošní ročník konference Retail in Detail/Fresh Food, pořádaný společností Blue Events ve spolupráci se Svazem obchodu a cestovního ruchu ČR.

## Palladium oživí figuríny

Již podruhé připravila kampaň pro obchodní centrum Palladium agentura Loosers. Začala v únoru letošního roku a poběží až do ledna roku 2013. Všechny motivy jsou k vidění především v outdooru, printu a instore mediích nákupního centra. Tato média by měla být doplněna také eventy. „Hlavním cílem kampaně je upozornit na připravované nabídky, akce a eventy Palladia. A každá dobrá kampaň musí samozřejmě zaujmout, čehož jsme se snažili docílit figurínami, které ožívají v různých příbězích. Některé příběhy jsou humorné, jiné milé, další překvapivé. Vždy se jedná o typické situace ze života lidí, které však v naší kampani prožívají figuríny. Podprahově tak říkáme, že v Palladiu to žije – slevami, zábavou, oslavami a dárky,“ komentuje hlavní téma nové koncepce Karolína Peterková, marketingová manažerka Palladia. „Figuríny pro nás byly z prezentovaných návrhů jasným favoritem. Líbila se nám provázanost figurín s nákupním centrem zaměřeným na módu i možnost hrát si s jednotlivými motivy a odlehčit je. Do vizuálu jsme se snažili dostat i humor a nadsázku. A to se nám s agenturou Loosers myslím povedlo,“ dodává Karolína Peterková. Pro celý rok je připraveno celkem 10 motivů.



## Regal 3/2012

vyšel 20. 3.

V čísle mj. najdete:

- Nový design Billa
- Grilovací sezona začíná
- Vše o elektornické komunikaci

• Fotoreportáž z veletrhu Salima

Předplatné na [www.eregal.cz](http://www.eregal.cz)

Ukázkové číslo zdarma na

<http://predplatne.ihned.cz/predplatne/zkouska.php?tit=RE>

**economia**  
OBSAH ROZHODUJE

## H&M řetězec s luxusní módou

Švédská oděvní společnost H&M příští rok představí novou značku obchodů s luxusním zbožím. Jméno nového řetězce ještě není známo. Informaci potvrdil výkonný ředitel H&M Karl-Johan Persson: „Pracujeme nyní na mnoha projektech, ale už v příštím roce uvedeme úplně nový řetězec obchodů. Stejně jako obchody COS (pozn. red.: značka obchodů s luxusními oděvy patřící H&M), které jsou v současné době velmi úspěšné, bude i nová značka obchodů plně nezávislá.“ H&M tak chce využít úspěch svých limitovaných kolekcí od světových módních návrhářů, které jsou nyní v běžném prodeji.

## První Lidl v Srbsku

Lidl bude otevírat svých prvních dvacet prodejen v Srbsku. Na srbském trhu si diskont zaregistroval svou značku před dvěma lety a teprve nedávno koupil pozemky ve městě Zrenjanin. Podle tamní radnice chce Lidl ve Zrenjaninu investovat 1,5 milionu eur na výstavbu prodejny o rozloze 200 m².

## V rakouském Parndorfu otevřel další outlet

Obrovský outlet v rakouském Parndorfu, který mají v oblibě i zákazníci ze sousedního Slovenska, se koncem března rozrostl o další obchody. V těsném sousedství stávajících prodejen nyní stojí komplex s názvem Villaggio, kde v první etapě otevřelo 40 nových obchodů, ke kterým přiléhá 670 parkovacích míst. Ačkoliv se stávajícím centrem McArthurGlen není nový outlet nijak vlastnický propojen, bude těžit z jeho blízkosti a popularity. Za projektem stojí developerské firmy APM Holding a Zwerenz & Krause Group z Vídně, které budou objekt také spravovat. Nový projekt se od staršího objektu architektonicky odlišuje výškovými prvky na fasádě.

(Pokračování na stránce 2)

## Pěkné počasí zvýšilo prodej zahradního sortimentu

Jarní počasí prudce zvýšilo prodej zahradního sortimentu. Někteří tuzemští obchodníci zákazníkům nabídli předsezonní slevy a kvůli nebývalé poptávce nyní musejí narychlo doplňovat vyprodané zásoby zboží určeného k péči o jarní zahradu. Meziroční nárůst tržeb o 80 % eviduje síť prodejen se zahradní technikou a bazény Mountfield. „První výrazné zvýšení poptávky jsme zaznamenali při startu předsezonních prodejů v půli března, a to o 120 %. Druhý nárůst přišel se slunečným počasím v druhé polovině minulého týdne,“ sdělil mluvčí společnosti David Jirušek. Velká poptávka je po značkovém zahradním nářadí, zahradních traktorech, sekačkách na trávu, rašelině, travním osivu a substrátech.

Pozitivní vliv jarního počasí si pochvaluje také vedení obchodních domů IKEA. Například do brněnské prodejny IKEA první jarní víkend zavítalo 17 400 zákazníků, což je o 5 % více, než činí průměrná březnová návštěvnost o víkendech. Lidé si pořizovali především nábytek a doplňky určené pro venkovní použití. „Více než dvě třetiny našich zákazníků tráví jaro a léto na zahrádkách či terasách. Oteplení je pro ně přirozeným impulsem, aby si venkovní prostory dovybavili a zpříjemnili si bydlení,“ uvedla Dagmar Juříčková z brněnské prodejny IKEA.

Sezona pro zahrádkáře začala také na internetu, kde mezi nejprodávanější zboží podle statistik obchodního portálu Aukro.cz a internetového srovnávače Heureka.cz patří právě vybavení na zahradu a zahradní technika. „Jen na Aukru stoupl meziročně prodej v kategorii zahrada o 67 %,“ sdělil ředitel portálu Aukro.cz David Vychytil. Zájem je o zahradní techniku, skleníky, čerpadla, zahradní domky a sekačky. „Podle našich dat byl letos na začátku března zájem o zahrádkářské zboží ve srovnání s loňskem také vyšší. Největší poptávka v sekci zahrada je po zahradních sekačkách. Meziročně vzrostla zhruba o 29 %,“ podotkl Kamil Demuth z Heureka.cz.

## V Plzni otevřel další Farmářský obchod

Velký úspěch prodeje potravin od nejmenších zemědělců na farmářských trzích v Plzni motivoval jejich koordinátora k otevření druhého Farmářského obchodu v centru Plzně. V obchodě v Šafaříkových sadech nabízí zboží od 40 malovýrobců, ze dvou třetin ze západu Čech, řekl při otevření jednatel Tomáš Popp. Loni v květnu otevřel Popp obchod v Lobežské ulici na Slovanech. „Na periférii jsme zjistili, že tam chodí obrovské množství lidí. Provoz už nedostačoval a navíc si lidé stěžovali, že není v centru,“ dodal. Farmářské obchody nabízejí zhruba 150 položek. V březnu otevřel v centru ve Veleslavínově ulici také obchod jiného majitele Dobrý farmář. V ostatních městech kraje, kam už také pronikly farmářské trhy, zatím podobný obchod není. „Uvažujeme třeba o Klatovech, dále o Domažlicích a Tachově. Záleží to také na dodavatelích, protože hodně z nich už je na hranici kapacity,“ řekl Popp. Podle něj funguje v ČR zhruba osm obchodů firmy Český grunt.



„Produkty jsou kvalitnější, ale stojí zhruba o 20 % více než ty v běžných obchodech. Ale je to dáno tím, že pokud prodáváme kuře za 80 Kč/kg, tak je nutné si uvědomit, že roste dvojnásobnou dobu než běžné kuře. Je z malého chovu, který má mnohem větší náklady, protože tam není tolik mechanizace a podobně,“ uvedl Popp.

„Tyto obchody pomáhají všem malovýrobcům. Lidé si mají alespoň možnost koupit něco jiného než to, co je jim vnucováno v marketech,“ řekl Tomáš Březina z Farmy Loužná na Klatovsku. Kupci stále častěji přijíždějí přímo na farmu a ověřují si, jak tam kuřata chovají a zpracovávají. „Lidé na domácí uzeniny hodně slyší. Už funguje, že když chtějí kvalitu, tak si musí připlatit,“ řekl Arnošt Dvořák z Bělé nad Radbuzou. Navíc už většinou vědí, že tím podporují český venkov. Sedláci podle Poppa obchody i trhy vítají. Spolu s prodejem ze dvora se uzavírá určitý koloběh, a mohou si tak už dnes dovolit investovat, dodal. Počet dodavatelů roste, protože už si postavili dostatečné kapacity. Navíc na venkov chodí mladí, kteří začínají farmařit.

## Střízlík z Nymburka

Novinku pro letošní sezonu připravil Pivovar Nymburk. Nealkoholické pivo Střízlík je určeno jak pro tuzemský, tak i zahraniční trh. O název tohoto piva vyhlásil nymburský pivovar poprvé soutěž. Jméno Střízlík navrhla paní Radka Pilná z Libice nad Cidlinou a vyhrála 30litrový soudek Francinova ležáku. Střízlík bude v prodeji od poloviny dubna. Pivovar Nymburk exportuje Postřizinské pivo do více než 10 zemí. V loňském roce začal dodávat do Číny a na Slovensko. Největší dodávky jsou do Ruska, Německa, Dánska, Francie, Švédska, Maďarska, Polska, Itálie a Finska.



## 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)

Prvními nájemci jsou například značky Betty Barclay, Esprit, Cinque, Marc Aurel, Mey, Brax či Bijou Brigitte, Claires, Asics a Odlo. Do roku 2014 zde má vzniknout dalších 1550 m<sup>2</sup>, na kterých vyrostou na šedesát dalších obchodů. Rakouský outlet aktuálně navštěvuje asi 10 % Slováků. Počítá se, že Villaggio ubere zákazníky plánovaným outletovým centřům ve Voděraděch a Senci.

## Recyklace skla v Evropě

Podle nejnovějších odhadů, které o rok dříve, než jsou známy oficiální údaje Eurostatu, uveřejnila Evropská federace výrobců obalového skla (FEVE), zůstává průměrná míra recyklace skla v Evropské unii 68 %. To znamená, že v roce 2010 bylo v celé Evropské unii odevzdáno do sběru 25 miliard lahví a sklenic. Recyklací skla bylo v EU v roce 2010 dosaženo těchto výsledků: ušetřilo se více než 12 milionů tun surovin (písku, sody, vápence) a do ovzduší nebylo vypuštěno přes 7 milionů tun CO<sub>2</sub>, což odpovídá odstranění čtyř milionů aut z provozu.

## Cigarety možná zmizí z ruských duty free shopů

Ruská vláda nařídila dle informací RBK daily posoudit možnost a vypracovat připomínky k zákazu prodeje tabákových výrobků v duty free obchodech. Pokud by tento návrh byl schválen, stalo by se Rusko prvním státem na světě, který by cigarety v těchto obchodech zakázal. Přitom v minulém roce, kdy byl schválen zákon na ochranu obyvatel před škodlivými vlivy tabáku, o zákazu prodeje v duty free nepadlo ani slovo a médiu byl tento zákon označen za nejpřísnější antitabákový zákon v historii Ruska. Nicméně iniciátorem tohoto zákazu je samotné Ministerstvo zdravotnictví a Federální celní úřad (FTS). Důvo-

(Pokračování na stránce 3)



## Slevomat má první obchod

Slevomat otevřel v Praze v Galerii Myšák v pátek 30. března svůj první kamenný obchod. Ten nabízí zákazníkům možnost prohlédnout si zboží a nabídku módy, kterou mohou koupit na stránkách portálu.

Prodejna slouží jako distribuční místo a zákaznické centrum Slevomatu. Platba za slevové vouchery probíhá výhradně prostřednictvím platebních karet.



## Igráček na Petříně

Český výrobce hraček Efko vystavuje v Praze na Petříně od 30. března až do konce roku 2012 své Igráčky. Igráčky oživila společnost Efko v roce 2010 poté, co její majitel Miroslav Kotík odkoupil práva na výrobu této legendární figurky od společnosti Igra, kde se vyráběla již od konce 60. let minulého století. Zahájení výstavy se zúčastnili jak původní designéři Igráčka Jiří Kalina a Marie Krejchová, tak jeho soudobý designér Miloš Hába.

Výstava dokumentuje minulost i současnost figurky – jsou tu k vidění i první návrhy, výrobní formy a jednotlivé díly, ale i nejnovější kolekce letošního roku. V současnosti je uvedeno do českých obchodů celkem 70 položek nových Igráčků (19 postavíček představujících různá povolání v několika variantách, 9 členů rodiny, řada „Řekni to Igráčkem“ a další).

## Nestlé Fitness mají nový obal

Společnost Nestlé Cereálie se rozhodla k historicky první změně obalu výrobku Nestlé Fitness od roku 1999, kdy byly uvedeny na český trh. Řada určená především dospělým tak dostává zcela novou podobu. Jednoduchá etiketa se siluetou ženy má komunikovat hlavní benefity produktu a zároveň podle vyjádření společnosti umožnit spotřebitelům rychleji se zorientovat v popisech na obalu. „Hlavními důvody, proč společnost přistoupila ke změně globální značky, je především modernizace dosavadního designu, ale i zvýraznění produktu na regále a nové legislativní nároky,“ uvedla Pavla Císařová, senior brand manažerka Nestlé Cereálie.



## Euronics v Nové Karolině

Nová prodejna Euronics byla otevřena v rámci centra Forum Nová Karolina v Ostravě. Podle vyjádření zástupců společnosti se jedná o jednu z nejmodernějších prodejen Euronics v České republice. Návštěvníci zde najdou prezentace novinek z oblasti elektrospotřebičů a mohou nakoupit přes on-line prodejní místa. Ta jim nabízejí možnost výběru zboží, které v prodejně nenajdou, a objednat si jej i s dopravou domů. Mimo jiné tyto prodejní kiosky slouží jako informační panely o produktech, novinkách, službách a akcích.

Euronics představuje v České republice největší síť elektroprodejen s více jak 160 prodejnami. Zároveň patří do největšího uskupení elektroprodejců v Evropě.

## Jungheinrich uvede nový kombi-vozik

Společnost Jungheinrich uvede oficiálně v květnu na trh nový elektrický vysokozdvizný zakládací a vychystávací vozík, který je určen pro úzké uličky. Jde o vozík typu EKX 410. Vozík, který se používá výhradně v úzkých uličkách, se může využít jak při naskladňování a vyskládňování celých palet nebo gitterboxů, tak i pro vychystávání jednotlivých druhů zboží. „Od zavedení této nové řady si slibujeme rozšíření naší pozice na trhu ve třídě s nosností jedné tuny a lepší přístup na trh v oblastech zdvihu do deseti metrů,“ říká Sebastian Riedmaier, vedoucí produktového managementu skladových a systémových vozíků Jungheinrich.

Vozík dostává od systému správy skladu příkazy pro naskladňování, vyskládňování nebo vychystávání, které obsluhu jen potvrzuje. Řidič vjede do uličky, ve které se zboží skladuje. V uličce začíná poloautomatické najetí vozíku na požadovanou skladovou pozici. „Na požadovanou regálovou pozici najede vozík po povolení uživatelem nejkratší cestou, optimální rychlostí a s nejnižší spotřebou energie,“ dodává Sebastian Riedmaier.



(Pokračování ze stránky 2)

dem je pašování cigaret do zahraničí, kde je jejich maloobchodní cena vyšší než v ruských duty free obchodech. Přitom ruské ministerstvo průmyslu a obchodu a ministerstvo ekonomického rozvoje tento návrh zamítly s tím, že se argumenty ministerstva zdravotnictví nezakládají na realitě. Obchody duty free a jejich produkty spíše využívají občané jiných států a navíc by klesly příjmy z prodeje cigaret o 8 %. Podle vyjádření ETRC (European Travel Retail Council) jsou cigarety na třetím místě prodeje, po alkoholu a drogistickém zboží.

## Spar Express na ruských nádražích a letištích

V průběhu tohoto roku se má v Moskvě rozvíjet síť Spar Express. Malé prodejny budou otevírány především na železničních zastávkách a na letištích a jejich sortiment bude určen k rychlým menším nákupům. Nicméně analytici trhu se domnívají, že společnost RŽD, která se zabývá retailem na nádražích, do svých řad nového hráče nepustí. Nizozemská síť Spar má v Rusku kolem 300 poboček a do konce tohoto roku chce jejich počet zvýšit na 450. Doteď působila společnost především v regionech, v Moskvě má zatím 10 obchodů, ale nyní se chce soustředit na rozvoj Spar Express především v hlavním městě a na hlavních dopravních uzlech.

Rozloha jednoho prodejního místa by měla být do 400 m<sup>2</sup>. Experti oceňují perspektivu tohoto kroku, protože v Rusku je zatím stále málo hráčů na poli retailu na nádražích a letištích z důvodu nepříliš rozvíjené infrastruktury. Nicméně konkurenční RŽD má také plány na tento rok – na železničních nádražích chce otevřít síť duty free obchodů na náklady soukromých investorů, celkem by jich mělo být 30. První bude otevřen v Petrohradě na finském nádraží.

## Personálie

Na pozici manažerky pro inovace společnosti Pivovary Staropramen nastoupila Martina Bučková, pozici manažerky značky Ostravar a prémiových značek firmy nově zastává Zuzana Cieciová a manažerkou pro značku Braník se stala Markéta Leitnerová. Marketa Bučková do společnosti Pivovary Staropramen nastoupila v roce 2007 na pozici junior brand manažer. V loňském roce se mimo jiné podílela na velmi úspěšném uvedení novinky Staropramen Cool Lemon na trh. Zuzana Cieciová do společnosti Pivovary Staropramen nastoupila v roce 2009 na pozici koordinátorky outdoor vizibility. Markéta Leitnerová nastoupila v roce 2010 na pozici specialistiky rozvoje segmentu gastronomie. V minulosti se tak podílela na uvedení novinek firmy v rámci tohoto segmentu.