

REGAL^{line}

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 15/12, 17. 4. 2012

CPI se rozšiřuje o další maloobchodní jednotky

Realitní skupina CPI rozšířila své portfolio nemovitostí o další maloobchodní plochy. Odkoupením zbývajících 50 % akciového podílu společnosti VT Holding získala jedenáct objektů po celé České republice s celkovou prodejní plochou přesahující 43 tisíc metrů čtverečních. Celková hodnota transakce dosáhla 850 milionů korun.

Balík nabytých nemovitostí zahrnuje např. supermarkety Billa, Penny Market, hypermarket Interspar i samostatné prodejny obuvi či elektra v Třebíči, Teplicích, Praze, ve Zlíně a v dalších městech.

„CPI Group byla spoluvlastníkem společnosti VT Holding už dva roky a aktivně se na provozu i správě uvedených nemovitostí podílela. Odkoupením zbývajících 50 % podílu společnosti jsme se stali jedinými vlastníky jejího retailového portfolia,“ uvedl v tiskové zprávě Martin Němeček, ředitel akvizic skupiny CPI.

„Maloobchodu dlouhodobě

věříme a považujeme jej za nejstabilnější segment realit. Nově nabyté nemovitosti ideálně zapadají do naší expanzní strategie, která se zaměřuje jak na diverzifikaci portfolia nemovitostí, tak na jejich regionální rozložení,“ doplnil Němeček.

CPI Group s řadou maloobchodních řetězců již spolupracuje. Expanzi v podobě vlastní výstavby či akvizice tak často s nájemci koordinuje. V současnosti skupina vlastní přes 500 tisíc metrů čtverečních maloobchodních ploch v České republice a na Slovensku. Portfolio zahrnuje samostatné obchodní jednotky, super-, hyper- a hobbymarkety, retailové parky i nákupní centra, jako jsou Olympia Mladá Boleslav, Olympia Teplice nebo City Park Jihlava.

Přehled nově nabytých nemovitostí CPI Group (lokality – nemovitost)

Dubí u Teplic – Penny Market, Procházka MASO-UZENINY

Teplice Prosetice – Penny Market, Procházka MASO-UZENINY

Teplice Řetenice – Penny Market, Procházka MASO-UZENINY

OC Teplice Řetenice, Jateční ul. – JYSK, KOBERCE TREND

Třebíč – INTERSPAR

Týniště nad Orlicí – BILLA

Teplice – OKAY elektro

Praha 4-Braník – BILLA

Praha 7-Holešovice – BILLA

Kolín – BILLA

Zlín – BILLA



Retail in Detail – 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.



Mediální partner:

REGAL

Retail in DETAIL FRESH FOOD 2012

Pokračování úspěšné specializované obchodní konference

23. 5. 2012, Hotel Olympik Artemis, Praha

www.retailindetail.cz/freshfood

Regal 4/2012

vyjde 24. 4.

V čísle mj. najdete:

- Budoucnost nákupních parků
- Rozhovor o farmářských trzích
- Trestní odpovědnost



obchodních firem

• Produkty na léto a prázdniny

Předplatné na www.eregal.cz

economia

OBSAH ROZHODUJE

CCC Boty i na Slovensku

Společnost CCC Boty Czech pokračuje v expanzi. Značka na český trh vstoupila v roce 2005, loni překročila hranici 50 prodejen. Nyní jich má po České republice 54, přičemž nejnovější byla otevřena nedávno v ostravské Nové Karolině. Letos se ještě plánuje otevření dalších osmi až deseti prodejen a nově míří CCC Boty také na Slovensko. První prodejna zde byla otevřena 30. března v bratislavském obchodním centru Danubia a i zde plánuje společnost pod hlavičkou společnosti CCC Obuv SK další expanzi.

Tři tisíce novým míst v Carrefouru

Francouzská maloobchodní firma Carrefour plánuje v letošním roce ve Španělsku přijmout 3000 zaměstnanců do nově otevřených provozoven. Píše o tom španělský list Cinco Días. Carrefour je největší maloobchodní firmou v Evropě a druhou na světě. Podle listu chce Carrefour otevřít v zemi 70 až 75 nových supermarketů a 100 cestovních kanceláří. V současnosti je v zemi 180 obchodů Carrefour Market a Carrefour Express a 400 cestovních kanceláří firmy. Mluvčí Carrefouru počet nových pracovních míst potvrdila, počet nových provozoven však ne. Španělsko je pro Carrefour třetím největším trhem za Francií a Brazílií. Firma zde má 40 tisíc zaměstnanců. Carrefour má napojení na země, které těžce postihla dluhová krize v eurozóně, jako Španělsko, Itálie a Řecko. Tržby firmy v 1. čtvrtletí letošního roku mírně vzrostly o 1,5 procenta na 22,49 miliardy eur (558 miliard Kč), když pokles tržeb v Evropě smazal vysoký růst v Latinské Americe.

- Trendy v nákupu a vnímání čerstvých potravin na straně zákazníků
- Co jsou reálné a co jen „mediální“ problémy kvality potravin?
- Co mohou jak výrobci tak obchodníci udělat pro zlepšení kvality nabízených čerstvých potravin na našem trhu?

Soutěž Vinařství roku vyhrál František Mádl

Vítězem třetího ročníku soutěže Vinařství roku se stal vinař František Mádl z Velkých Bílovic. Výsledky soutěže byly vyhlášeny 12. dubna v pražské Lucerně. Do finále Vinařství roku 2011 postoupilo šest účastníků soutěže, vedle vítěze také společnosti Moravino Valtice, Vinařství Tetur z Velkých Bílovic, Vinařství Volařík Mikulov, Vinné sklepy Valtice, Znovín Znojmo.

Vítěz soutěže František Mádl získal originální bronzovou plaketu, prémii 100 tisíc korun a bude uveden do Síně slávy vinařství ČR zřizované v Národním vinařském centru ve Valticích. Titul může neomezeně dlouho užívat pro své marketingové účely, bude však muset uvádět, v jakém roce ocenění získal. Vedle hlavní ceny byl vyhlášen také vítěz ceny veřejnosti Vindemia publica, kterým se staly Vinné sklepy Valtice. Vinařství roku se odlišuje od dosavadních soutěží v zemi, při nichž mezi sebou většinou jednorázově zápolí jednotlivými výrobci vybraná vína. Při soutěži je totiž posuzována celoroční práce podniku, který je navíc hodnocen podle řady kritérií.

United Bakeries přejmenovaly Mistra Bäckera

Pekárny United Bakeries koupily společnost Bäcker správní a jejich 35 provozoven postupně začlenily do své sítě rychlého občerstvení Paneria. Česká značka Paneria se tak vklíní mezi dva silné americké mezinárodní řetězce McDonald's a KFC. McDonald's s 89 provozovnami zůstává jedničkou trhu a Paneria s 68 obchodů odsunula na třetí místo KFC, které má 56 provozoven, informovala o tom samotná firma United Bakeries. Finanční stránku celé transakce nesdělila.

„S rebrandingem Mistra Bäckera pod značku Paneria jsme začali koncem loňského roku a nyní máme v provozu 68 Panerií,“ uvedl Michal Freiburger, generální ředitel skupiny Food & Service, která síť řídí. Firma pokračuje i ve zřizování nových klasických Panerií a nově startuje také nový koncept malých obchodů nazvaných Paneria Expres. Ty budou nabízet výrobky, které si zákazníci odnesou s sebou domů či do kanceláře. Do konce letošního roku by se měla síť fast foodů Paneria rozšířit o deset nových provozoven, tržby by letos měly dosáhnout 430 milionů korun.



SZPI pokračuje v kontrolách a stále nachází chyby

Státní zemědělská a potravinářská inspekce (SZPI) odhalila v několika obchodech v Česku 13 druhů potravin, při jejichž prodeji obchodníci používali klamavých praktik. Prohřešky se týkají zejména manipulace s datem použitelnosti nebo dobou minimální trvanlivosti a uvádění spotřebitele v omyl. Nejvíce závad zjistila SZPI v Rosa Marketu v Dubé. U pěti druhů salámů tam bylo manipulováno s datem použitelnosti. Některé uzeniny se navíc začínaly viditelně kazit. Také v rýmařovském obchodě Edmund Casciani bylo u dvou druhů salámů viditelně odstraněno datum použitelnosti. Provinilo se i Tesco v Bystřici nad Olší, kde kontrolori našli prodloužení data použitelnosti u pomazánky z uzených ryb. Kaufland v pražské Michli prodával dva výrobky mezi tavenými sýry, přestože do této kategorie nespatřovaly. Další závady odhalila SZPI v menších obchodech v Olomouci, Příbrami a Brandýse nad Labem.

Maximálně jedno až dvě OC ročně

Stavba nových nákupních center v Česku ani v následujících letech nezrychlí tempo a na tuzemském trhu budou ročně otevřeny pouze jeden či dva nové obchodní komplexy. Provozovatelé stávajících nákupních center nyní soustředí síly na jejich modernizaci či rozšiřování. Vyplývá to ze studie poradenské realitní poradenské společnosti Cushman & Wakefield.

Zatímco v Evropě se loni plocha velkých nákupních center rozrostla o 26 procent, v Česku bylo otevřeno pouze obchodní centrum Lihovar v Říčanech. „V ČR je pro letošek naplánováno dokončení více než 100 tisíc metrů čtverečních nových ploch. Více než polovina z nich se nachází v čerstvě otevřeném Foru Nová Karolina v Ostravě. Centrum je unikátním projektem a na dlouhou dobu zřejmě posledním svého rozsahu,“ sdělil Rostislav Veselý ze společnosti C&W. Ani letos nelze v Česku očekávat nárůst počtu nově otevřených nákupních center. „U ostatních naplánovaných projektů zatím probíhá výstavba a není nám známo, že by některý developer rozhodl o pozastavení prací. V příštích letech budou nová centra přibývat jen zřídka. Reálné je otevření jednoho až dvou center ročně v závislosti na tom, jak se je bude dařit předprojetovat. A nadále budou posilovat úspěšná regionální centra,“ podotkl Veselý.

Pro letošní rok je v Česku naplánováno rozšíření ostravského nákupního centra Avion či obchodních komplexů Futurum v Hradci Králové a Breda & Weinstein v Opavě. Rekonstrukcí má projít Galerie Moritz v Olomouci a rozšířeno bude na přelomu letošního a příštího roku Centrum Zlín.

Dm drogerie markt slaví 20 let

Rakouský řetězec dm drogerií je na českém trhu již 20 let. Historicky první prodejna dm byla otevřena v roce 1973 v německém Karlsruhe, o tři roky později byla založena sesterská společnost v Rakousku. K oslavě 20. výročí připravila společnost kampaň „Více ze života“, ve které zákazníkům v rámci věrnostního klubu nabízí akční multipackery zvýhodněné o 20 až 50 %. Zároveň za

(Pokračování na stránce 3)

L'Oréal boduje na mladých trzích

Francouzský kosmetický obr L'Oréal v 1. čtvrtletí letošního roku zvýšil tržby meziročně o 9,4 procenta na zhruba 5,6 miliardy eur (asi 139 miliard Kč). Poprvé v historii firmy přitom mladé trhy přispěly k tržbám víc než západní Evropa. Zasloužil se o to fakt, že v rychle rostoucích zemích Asie a Latinské Ameriky nadále sílí poptávka po dražším a luxusnějším zboží.

Pokud by se braly v úvahu jen srovnatelná čísla, tedy bez vlivu akvizic a činností, které před rokem neexistovaly, pak se tržby ve čtvrtletí zvýšily o 6,4 procenta. Výsledek je lepší, než předpokládali analytici, kteří v anketě společnosti FactSet v průměru počítali s nárůstem tržeb na zhruba 5,5 miliardy eur. Výrobní náplň koncernu L'Oréal zahrnuje širokou škálu světoznámých značek, počínaje rtěnkami Maybelline a konče šampony Garnier.

Na Slovensko míří dva outlety

Slováci se patrně do jara příštího roku dočkají otevření prvních outletových center, která ve světě nabízejí se slevami značkové oděvy či obuv starších kolekcí. Oba slovenské projekty, nacházející se nedaleko od sebe, už nyní soupeří o post jedničky na trhu a o to, kdo získá lepší značky. Na rozdíl od západní Evropy, kde jsou outletová centra rozšířena hlavně ve Francii, Itálii a Británii, v zemi pod Tatrami podobný komplex dosud chybí. Slováci z Bratislavy a okolí často jezdí do rakouského Parndorfu. Tamní outlet je od slovenské metropole vzdálen zhruba půl hodiny jízdy autem.

Na Slovensku jsou v přípravě dvě outletová centra, která budou od sebe vzdálena jen zhruba 20 kilometrů. U Sence nedaleko Bratislavy je na březen příštího roku naplánováno otevření komplexu, který bude mít v první fázi 50 obchodů na ploše 8500 m². Do budoucna projekt počítá s rozšířením velikosti na zhruba trojnásobek.

Konkurenční One Fashion Outlet zase hodlá otevřít brány s prodejní plochou 15 tisíc m² a 70 značkovými módními a sportovními obchody. Postupně by se prý mohl rozšířit na více než dvojnásobek počáteční kapacity.

McBaguette od McDonald's

Americký řetězec restaurací s rychlým občerstvením McDonald's začal ve svých 1230 provozovnách ve Francii nabízet od poloviny dubna hamburger v bagetě s názvem McBaguette. Zatím podle agentury AFP na šest týdnů zkušební a po očekávaném úspěchu natrvalo od nového školního roku.

„Jedná se o křupavou a teplou bagetu s hovězím masem, zeleným salátem, ostřejší francouzskou hořčicí a jemným ementálem,“ popsal nový produkt na tiskové konferenci Nafal Trabelsi ze společnosti McDonald's France. Projekt označil za pokračující „integraci“ McDonald's v zemi.

(Pokračování ze stránky 2)

nákup vybraných 200 produktů získávají zákazníci dvojnásobný počet věrnostních bodů. Oslavy se dotknou i zaměstnanců řetězce – společnost pro ně vyhradila v období od dubna do června jeden pracovní den, který mohou strávit dobrovolnickou činností ve spolupráci s vybranými organizacemi z ekologické a sociálně-kulturní oblasti.

Heinz vylepšuje uzávěry kečupů

Kečupy Heinz se od poloviny dubna prodávají s novým, neprskavým víčkem. Inovovaný uzávěr kečupů Heinz navazuje na úspěšný koncept současného víčka se speciálním patentovaným ventilem se silikonovou membránou, který brání samovolnému vytékání produktu ven. Nejdůležitější vlastností nového víčka je snadné a přesné dávkování. Přes inovovanou membránu ve víčku prochází kečup pomaleji a prskání je omezeno na minimum. Design víčka koresponduje s tvarem etiket. Prodej inovovaných balení bude podpořen samolepkami na lahvi.



Šest z deseti dodavatelů v ČR prodává i na internetu

Šest z deseti dodavatelů v České republice využívá e-komerci nebo m-komerci jako prodejní nebo propagační kanál. Vyplývá to z průzkumu, který v únoru a v březnu 2012 nechala zpracovat pražská pobočka společnosti Brandbank, která tvoří produktové obrázky a databázi s informacemi o výrobcích. Do průzkumu, který mj. zjišťoval, jak jsou společnosti na poli e-komerce aktivní a jak s ní jako s prodejním kanálem nakládají, se zapojilo téměř 300 dodavatelských firem. Zjištění, že šest z deseti společností e-komerci využívá, vysvětluje, proč je on-line sektor nejrychleji rostoucí prodejní oblastí v České republice (v roce 2009 byl podíl internetové ekonomiky 3,6 % HDP, v roce 2015 by to podle odhadů The Boston Consulting Group mělo být už 5,7 %).

Staré plavky za nové

Italská značka plavek a spodního prádla Calzedonia, která má své prodejny i v českých obchodních centrech, pořádá pro své zákazníky od dubna do konce června recyklační akci. Pokud přinesou do obchodu své staré plavky, získají slevu na plavky z nejnovější kolekce. Za dámské plavky 125 korun, za pánské 75 korun a za dětské 50 korun. Sběr použitých plavek pro Calzedonii organizuje společnost I:Collect, která je bude recyklovat a dále používat. Akce typu „přines staré a získáš slevu na nové“ v minulosti v Česku pořádaly i jiné značky. Před dvěma lety například jeansy Levis, loni v září jiná značka jeansů, Wrangler. Slevy na nový telefon za recyklaci toho starého nabízeli i mobilní operátoři: loni v říjnu poskytoval za starý telefon slevu 500 korun na nový Vodafone, podobnou akci měl i operátor O2. Staré šminky za nové vyměňovala loni parfumerie Sephora, za starý stan mohli zákazníci dostat slevu na nový u Holan sportu, Klenoty Aurum loni v létě nabízely svým zákazníkům až 2000 Kč za staré hodinky.



Henkel ČR měl loni obrat 4,3 miliardy korun

Společnost Henkel ČR dosáhla v roce 2011 obratu ve výši 4,3 miliardy korun. Oproti roku 2010 to znamená nárůst o 2 %. Henkel v ČR zároveň v uplynulém roce navýšil své tržní podíly ve všech třech divizích. Podle vyjádření společnosti k tomu pomohly především inovace výrobků a nejsilnější značky. Divize Lepidel a technologií zvýšila obrat o 7 %. Svůj tržní podíl také navýšila o 1,5 procentního bodu. Divize Kosmetiky dosáhla 1% nárůstu obratu a meziročně tak posílila svůj tržní podíl také o 1 %. Za nárůstem stojí zejména značka Fa. Divize Pracích a čistících prostředků v roce 2011 i přes mírné snížení obratu o 1 % navýšila svůj tržní podíl o 1,9 %.

POPAI CE má nové členy

Do sdružení POPAI CE vstoupila firma Air Creative. Tato společnost se specializuje na sféru více smyslové komunikace. Je výhradním zastoupením pro Českou republiku a Slovensko evropské společnosti Air Creative se sídlem ve Švýcarsku, která patří ke specialistům na poli moderního olfaktorického neuromarketingu a má pobočky v četných zemích v Evropě i v Asii.

Dalším novým členem sdružení se stala společnost Gaia Group, která rovněž realizuje projekty v oblasti více smyslového marketingu a multimediální komunikace. Její projekty jsou zaměřeny na vytváření specifické atmosféry v místech komunikace se zákazníky vhodným výběrem hudby (background music), vůní (scent marketing) a vizuálního obsahu (digital signage).

POPAI CE má v současnosti 60 členů a řadí se mezi neaktivnější evropské pobočky světové asociace POPAI, k nimž patří například i POPAI Italy, POPAI France nebo POPAI UK & Ireland.

Sainsbury's koupí stanice Total

Sainsbury's koupí 18 čerpacích stanic Total od společnosti Rontec. Řetězec chce u svých prodejen rozšířit nabídku výhodných čerpacích hmot. Sedm z těchto čerpacích stanic se nachází v Londýně, ostatní jsou jinde ve Velké Británii. Zároveň chce řetězec se svými convenience prodejnami Local stores expandovat do dalších větších britských měst.

Britský Co-op bezkontaktně

Co-operative Group rozšiřuje svou technologii bezkontaktních plateb. Do zahájení olympijských her v Londýně letos v červenci chtějí překonat hranici 200 prodejen, kde bude tato služba fungovat. Na konci dubna tak chtějí mít bezkontaktní platby ve 175 obchodech s potravinami a ve 28 lékárnách. Pokud se technologie osvědčí, zavede ji Co-op do konce roku ve všech svých 2800 britských obchodech. Dostupné by bez nutnosti zadat PIN měly být pro nákupy v maximální výši 15 liber.

Personálie

- Po více než tříletém zahraničním působení v rámci firemního programu Job Rotation se z Vídně vrací do Henkel Česká republika Jan Želízko. Regionální pozici v Key Account Managementu CEE od 1. dubna vystřídal za pozici ředitele oddělení Trade Marketing a Category Management v rámci divize Pracích a čistících prostředků. Jeho úkolem bude strategické řízení category management projektů a podpora značek společnosti Henkel u zákazníků v obou zemích.

- Novou generální ředitelkou kosmetické společnosti Avon Products se stane Sherilyn S. McCoyová, která dlouhou dobu působila na nejvyšších místech ve farmaceutické a kosmetické firmě Johnson & Johnson. Ve funkci nahradí od 23. dubna dosavadní ředitelku Andreu Jungovou. Jungová byla první ženou v čele firmy za 126 let její historie, ve funkci byla od roku 1999. Nyní zůstane výkonnou předsedkyní správní rady. Avon hledal nástupkyni za Jungovou čtyři měsíce.

- Generální ředitel amerického maloobchodního gigantu Best Buy Brian Dunn odstoupil z funkce. Best Buy je největším řetězcem se spotřební elektronikou na světě, v současnosti se však potýká s rostoucí konkurencí a změnami v nákupních zvycích spotřebitelů. Brian Dunn stál v čele podniku necelé tři roky. Kritici firmě za jeho vedení vytýkali, že se stala pouhou výkladní skříní internetových prodejců. Spotřebitelé si podle kritiků v prodejnách Best Buy přístroje vyzkoušejí, ale poté si je koupí levněji jinde. Dunn byl šéfem podniku od června 2009. Jeho funkci bude prozatím zastávat člen správní rady Mike Mikan. Firma bude mezitím hledat nového šéfa.

Elektronická příloha časopisu Regal. Vychází jednou týdně. Registrován pod ISSN 1801-4976. Kontakt: Regal, Economia, a.s., Dobrovského 25, 170 55 Praha 7; Rašana Čechová, šéfredaktorka, tel.: 233 073 152, radana.cechova@economia.cz; Klára Čikarová, odpovědná redaktorka, tel.: 233 071 637, klara.cikarova@economia.cz; Magda Etzlerová, inzertní manažerka časopisu, tel.: 233 073 170, fax: 233 072 730, magda.etzlerova@economia.cz. © Všechna práva vyhrazena. Bez předchozího písemného souhlasu vydavatelství Economia, a.s., je zakázána jakákoli další publikace, přetištění nebo distribuce (tištěnou i elektronickou formou) jakéhokoli materiálu nebo části materiálu zveřejněného v tomto PDF servisu. Společnost Economia, a.s., využívá agenturní zpravodajství ČTK, která si vyhrazuje veškerá práva. Publikování nebo šíření obsahu ze zdrojů ČTK je výslovně zakázáno bez předchozího písemného souhlasu ze strany ČTK.