

REGAL^{line}

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 4/12, 31. 1. 2012

Qanto otevřelo prodejnu v Borové u Poličky

Řetězec Qanto otevřel 12. ledna další, v pořadí již 18. maloobchodní prodejnu. Nachází se v obci Borová u Poličky. V místě nové prodejny, která nabízí prodejní plochu 240 m², fungoval dříve Diskont Lev, který skončil svůj provoz na konci roku 2011. Společnost Qanto CZ poté interiér stávající prodejny renovovala a za 11 dní zde otevřela supermarket pod svojí hlavičkou. Drobné stavební úpravy se týkaly výměny a doplnění obkladů v místech obslužného úseku, výkupu lahví a hlavní pokladny. Dále byla nutná změna umístění topných těles a hydrantu.

Největší změny byly interiérové: výměna části regálového systému, mrazicích pultů a chladicí přístěnné vitríny na mléčné výrobky. Nový hardware včetně váhových scannerů je na nových provozovnách Qanta již standardem, stejně jako designové provedení do firemní šedo-oranžové. Provozovna má sedm zaměstnanců, všechny Qanto převzalo od původní prodejny Diskontu Lev. Další supermarket se společnost chystá otevřít na jaře ve Svitavách.



Velká balení mohou být dražší než ta menší

Velká balení některých výrobků mohou v tuzemských obchodech paradoxně stát výrazně více peněz, než kdyby si zákazníci koupili několik menších balení o stejné celkové hmotnosti. Nepsané pravidlo, že za větší balení zboží zákazníci zaplatí méně peněz, tak vždy neplatí. Napsal to server Vitalia.cz, který zmapoval ceny potravin v několika obchodních řetězcích.

„Porovnávali jsme ceny z různých supermarketů a našli jsme řadu příkladů. Týká se to čokoládových výrobků, kávy, oříšků, šťáv, jogurtů a řady dalších produktů. Třeba na kile čokolády mohou lidé prodělat i 112 korun,“ uvedla šéfredaktorka serveru Vitalia.cz Lenka Krbcová.

V tuzemských obchodech lze podle Krbcové běžně pořídit například stogramové balení kávy za 40 Kč. Dvěšestgramové balení stejné kávy přitom stojí 90 Kč. Také větší balení (400 gramů) bonboniéry Mercu v některých prodejnách stojí 174,70 Kč a menší (250 gramů) za 83 Kč. Po přepočtení na váhu tak vyjde kilo bonbónů z většího balení na 436,75 Kč a z menšího na 332 Kč. „Podle zákona je to sice v pořádku, jelikož stanovení ceny je na obchodníkovi. Zavání to ale trikem na zákazníky,“ upozornila Krbcová.

Obchodníci podle Krbcové zřejmě spoléhají na to, že zákazníci u větších balení předpokládají množstevní slevu, ale už si nezkontrolují, zda jim je opravdu nabídnuta. Vodítkem může být měrná cena, kterou podle zákona mají obchodníci povinnost označovat balené výrobky. Prodejní cena se vztahuje na celé balení a měrná cena je přepočtena na jednotku množství výrobku. Podle výzkumu agentury Factum Invenio ovšem 41 procent spotřebitelů měrnou cenu nesleduje, případně o této možnosti vůbec neví.

„Stanovení ceny je na obchodníkovi, ale zákazník může v domněnku, že je přece jasné, že dostane za nákup většího balení výhodnější cenu, přehlédnout, že je tomu přesně naopak. Možná na to prodejci trochu hřeší a počítají s tím, že si zákazník ničeho nevšimne,“ podotkla Krbcová, podle které chybně uváděnou měrnou cenu při kontrolách pravidelně zjišťuje Česká obchodní inspekce.

Makro spustilo nové webové stránky

Společnost Makro Cash & Carry ČR spustila od poloviny ledna nové webové stránky, které mají podle vyjádření firmy mnohem lépe komunikovat s jednotlivými zákaznickými skupinami a reflektovat jejich potřeby. Zásadní proměnou prošla struktura obsahu stránek, kdy maximální množství informací je rozděleno do kategorií podle typu podnikání.

Design a CMS nových stránek vznikly v německé centrále společnosti. Obsah webu zahrnuje originální články a recepty, jež jsou přizpůsobeny tuzemskému trhu. „Přípravě webu předcházelo uživatelské testování, kdy jsme oslovili několik zástupců z každé cílové skupiny našich zákazní-

(Pokračování na stránce 2)



Regal
1/2012
vyšel 17. 1.

V čísle mj. najdete:

- Jak si vybrat podlahu do prodejny
- Exotické koření
- Správné osvětlení v reznictví
- Velikonoce se blíží

Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Carrefour varuje před pětinovým propadem zisku

Společnosti Carrefour SA vzrostly v loňském roce tržby o 1,1 procenta na 91,5 mld. eur (2,3 bilionu Kč). Firma však varovala před propadem zisku za celý rok až o pětinu. Carrefour je podle tržeb největší maloobchodní firmou v Evropě a druhou největší na světě za americkým Wal-Martem.

Firma v minulých měsících již několikrát snížila odhad zisku. V půlce ledna uvedla, že její zisk bude zřejmě na dolním konci prognózy, která počítala s poklesem o 15 až 20 procent.

Henkel v Rusku otevře logistický park

Henkel během tohoto měsíce dokončí výstavbu nového logistického centra v ruském regionu Perm. Otevřeno by mělo být v dubnu 2012. Nový areál bude společnost Henkel stát téměř 12 milionů eur. Logistické zázemí je umístěno nedaleko výrobních kapacit. Bude v něm automatický dopravník i systém pro přepravu hotových výrobků. Areál s kapacitou 25 tisíc palet bude stát na ploše 12 500 m² a v Rusku bude jedním z nejmodernějších.

Nové logistické centrum bude v souladu se strategií firmy soustředící se na trvale udržitelný rozvoj: v důsledku toho, že leží vedle výroby, se omezi nejen výdaje na dopravu, ale i emise CO₂ do ovzduší, které podle údajů firmy mají díky novému logistickému parku klesnout o 366 tun ročně. Zlepšit se má rovněž rychlost dodávek zboží klientům a dostupnost zboží.

H&M zkouší Beckhama

Švédský módní řetězec H&M obsadil do role ambasadora značky fotbalistu Davida Beckhama, který se v minulosti stal už tváří značek Adidas, PepsiCo, Gillette nebo Sainsbury's. Pro HM propaguje řadu spodního prádla David Beckham Bodywear collection.

(Pokračování ze stránky 1)

ků, říká Stanislav Novotný, manažer pro řízení vztahů se zákazníky, a doplňuje: „Jejich podněty jsme promítli do nové koncepce stránek. Zásadní změnou je přehlednější struktura a značné množství informací v jednotlivých kategoriích.“

Jednotlivé kategorie nyní reprezentují konkrétní předmět podnikání, jako jsou např. české restaurace, italské restaurace & pizzerie, hotely, maloobchod, úklid, vietnamská sekce (ve vietnamském jazyce) a další. Významnou část tvoří detailní informace o klíčových kategoriích sortimentu, které jsou zpracovány velmi podrobně. Zákazníci se tak snadno a rychle dostanou přímo z home page ke všem informacím potřebným pro danou oblast podnikání.

Se spuštěním nového webu byly zprovozněny i některé nové služby, například v rámci Mservisu služba Mcestování. Jejím prostřednictvím začala společnost MAKRO ve spolupráci s partnerskými cestovními kancelářemi nabízet svým zákazníkům dovolené a zájezdy. Na přípravě obsahu, plnění a koordinaci projektu se podílela reklamní agentura WMC/Grey Digital.

Spar slaví patnácté výročí

Společnost Spar ČOS letos slaví 15 let od otevření prvního hypermarketu Interspar v Čechách. K této příležitosti spustila kampaň „Oslava začíná u pokladny“, v rámci níž zákazníkům nabízí „narozeninové“ ceny. Kampaň začala 11. ledna a potrvá do 24. dubna 2012. Podpořena je v letáčích Interspar a Spar, kde jsou vybrané výhodné produkty označeny logem této kampaně. Další komunikace probíhá na webu, v instore radiu, v outdooru, TV a prostřednictvím POS materiálů na prodejnách. První hypermarket Interspar byl otevřen v dubnu roku 1997 v Českých Budějovicích. společnost Spar má nyní v Česku 33 hypermarketů Interspar, pět supermarketů Spar a jednu prodejnu nového konceptu Spar To Go.



Fruko-Schulz nedodává do Lidlu kvůli sporu o ceny

Jindřichohradecká likérka Fruko-Schulz se nedohodla na cenách s obchodním řetězcem Lidl a zboží mu dodávat nebude. Lidl přitom patřil mezi jeho tři klíčové odběratele. Dodávky představovaly 15 až 20 procent objemu výroby, na obratu zhruba 100 milionů Kč, řekl ředitel společnosti Fruko-Schulz Josef Nejedlý. „Jako všichni výrobci lihovin jsme v tomto roce museli zdrazit, protože cena lihu se zvedla o 30 procent, podražil cukr a zvýšily se ceny dalších vstupů. Ceny našich výrobků podražily o tři až čtyři procenta, Lidlu ještě méně. On ale takové ceny neakceptoval,“ uvedl ředitel. Požadavky Lidlu byly podle něj takové, že by mu Fruko muselo dodávat zboží se ztrátou.

Lidl změnu svého dodavatele potvrdil, informoval server iHNed.cz. „Pro letošek jsme vybrali nového českého dodavatele, který nám nabídl zajímavější podmínky při zachování stejné kvality,“ řekla mluvčí Lidlu Lucie Borovičková.

Ředitel míní, že se likérce podaří ztrátu na trhu částečně nahradit exportem. „Na našem trhu v lihovinách velký prostor už není. Nebude to úplné nahrazení, letos budeme mít určitě objemový pokles,“ uvedl. O zisk podle něj ale nejde, protože dodávky do Lidlu ho netvořily, částečně rozměňovaly jenom režii výroby. Tlak na cenu byl podle něj obrovský, že už ho likérka neunesla. Do Lidlu Fruko dodávalo pod privátní značkou (na etiketách nebylo uvedeno jako výrobce) rum, vodku a meruňkovici.

Společnost podle ředitele ukončí loňský rok se ziskem asi 20 milionů Kč před zdaněním a dvacíti procentním nárůstem objemu prodeje. Likérka vyrobila na 50 tisíc hektolitrů lihovin. O 12 procent se zvýšil i export. V roce 2010 klesla společnosti výroba o 35 procent. Jedna ze čtyř největších českých likérek vyprodukovala 43 371 hektolitrů lihovin. Obrat tehdy dosáhl 549 milionů Kč, meziročně o zhruba 30 procent méně. Pokles byl způsoben tím, že se odběratelé v roce 2009 předzásobili kvůli zvýšení spotřební daně, které začalo platit loni. Více než polovinu výroby likérky tvoří rum Tuzemák.



Tesco stahuje z prodeje tři druhy sýrů

Společnost Tesco stahuje ze svých prodejen tři druhy Šumavských tavených sýrů. Rozbory ukázaly, že obsahují cizorodé látky. Státní zemědělská a potravinářská inspekce (SZPI) o tom informovala minulý týden na svých internetových stránkách. „Výše uvedené potraviny, které do obchodů Tesco dodává firma Lactalis CZ, nesplnily požadavky na zdravotní nezávadnost potravin: výrobky byly kontaminovány cizorodými nebo jinými látkami,“ stojí v oznámení na stránkách společnosti Tesco. Zdravotní závadnost se týká třisetgramových balení Šumavského uzeného taveného sýru, Šumavského taveného sýru s uzeným sýrem a Šumavského uzeného taveného sýru se šunkou. Lidé mohou v obchodech Tesco výrobky reklamovat, společnost jim vrátí peníze.



Časopis Regal je na Facebooku!

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

Jungheinrich vítězí v testu Technické univerzity ve Vídni

Odborný časopis „dispo“, který vychází v Rakousku, pověřil Institut pro pohony vozidel a automobilovou techniku Technické univerzity ve Vídni provedením rozsáhlého testu čelních elektrických vysokozdvizných vozíků. Vítězem testu se v oblasti energetické efektivity stala firma Jungheinrich.

Schlecker hledá investora

Schlecker potřebuje peníze, a proto se překvapivě otevírá investorům. Tuto informaci přinesl německý manager magazin. Podle něj hledá drogistický řetězec, který se potýká s řadou nejenom finančních problémů, externího zachránce. Modernizace je přitom opravdu nutná – mnoho obchodů je nerentabilních, zákazníci si na internetu stěžují na prázdné regály. Jak vážné jsou problémy rodinné firmy, založené v roce 1975, je ale jen těžké odhadnout. Schlecker byl vždy známý svou nekomunikativností, a i když se to za poslední dva roky mění k lepšímu, přesné informace stále scházejí. Podle časopisu Lebensmittelzeitung je firma ve ztrátě už od roku 2008, za poslední rok se ovšem má ztráta pohybovat v řádu stovek milionů eur. Vlastní kapitál se za tu dobu měl výrazně zmenšit. Obrat je znám pouze za rok 2010 – kolem 6,55 mld. eur. Firma zavřela v uplynulých měsících 600 poboček po celém Německu.

Němci jedí více sýra

Spotřeba sýra na hlavu stoupla za minulý rok v Německu podle odhadu mlékárenského průmyslu o 200 g na celkových 23 kg. To je o 3 kg více než v roce 2000. Za nárůstem stojí nejenom větší spotřeba sýra jako oblohy na chleba, ale také rostoucí význam rychlého občerstvení a hotových jídel obsahujících sýr, jako jsou hamburgery, pizza a lasagne.

IKEA: Nižší tržby, víc zákazníků

Společnosti IKEA ČR ve finančním roce 2011, který skončil loni v srpnu, navzdory vyššímu počtu zákazníků mírně klesly tržby meziročně o 0,8 procenta na 6,874 mld. Kč. Informoval o tom mluvčí IKEA ČR Petr Chadraba. IKEA v Česku provozuje čtyři obchodní domy s nábytkem a bytovými doplňky a hospodářský výsledek za finanční rok 2011 zatím nezveřejnila.

„Ve finančním roce 2011 naše obchodní domy přivítaly 5,2 milionu zákazníků, tedy o 2,8 procenta více než v předchozím roce,“ uvedl generální ředitel IKEA ČR Andrew North. IKEA poprvé za dobu svého působení v ČR zaznamenala pokles tržeb v roce 2010, kdy se její příjmy kvůli hospodářské krizi snížily ze 7,28 mld. Kč v roce předchozím na 6,93 mld. Kč. Do obchodních domů IKEA přitom i v roce 2010 zavítal větší počet lidí, kteří ovšem více hleděli na ceny, což mělo nepříznivý vliv na tržby. „Zákazníci se chovají čím dál racionálněji. Porovnávají nabídku a ceny jednotlivých prodejců,“ upozornil North, podle kterého společnost IKEA proto i ve finančním roce 2011 v Česku snížila ceny nabízeného nábytku a bytových doplňků v průměru o 5,6 procenta, aby uspěla ve stále tvrdší konkurenci.



McDonald's zůstává olympijským sponzorem

Řetězec rychlého občerstvení McDonald's prodloužil sponzorskou smlouvu s Mezinárodním olympijským výborem (IOC) o osm let, tedy až do olympijských her v roce 2020 včetně. Původní sponzorská smlouva platila do letošních letních olympijských her konaných v Londýně. Spolupráce obou stran už trvá 35 let.

K Valentýnu boty

Společnost CCC Boty se letos v předjaří rozhodla podpořit prodeje valentýnskými dárkovými vouchery. Vouchery platí do 30. června 2012. Společnost CCC Boty Czech působí na českém trhu od 2005 a v současné době má na našem území 52 prodejen a v expanzi plánuje dále pokračovat.



PointPark Prague D8 má další dva nájemce

Logistický park PointPark Prague D8, který provozuje společnost Point Park Properties (P3), má dva nové nájemce: společnost Noark Electric Europe, která se zabývá vývojem, výrobou a distribucí elektrotechnických přístrojů a komponentů, a společnost Topsteel, jež je velkoobchodním prodejcem a distributorem nerezového hutního materiálu. Oba noví nájemci obsadili prostory haly DC03. Společnost Noark Electric Europe si pronajala 878 m² skladových a 95 m² kancelářských prostor. Společnost Topsteel se stala čtvrtým nájemcem v hale DC03 a s P3 podepsala smlouvu na 1747 m² skladových a 358 m² kancelářských prostor.

„Prostory PointPark Prague D8 nám umožnily přiblížit skladovou zásobu našim zákazníkům ve středních a západních Čechách,“ řekl Michael Carvan, jednatel společnosti Topsteel. Aktuálně je v areálu PointPark Prague D8 k dispozici 7500 m², ale zároveň se nabízí možnost výstavby dalších tří hal o celkové rozloze 62 350 m², které jsou vhodné na Build-To-Suit projekty.

Nový spot na sirup

Koncem minulého roku uvedla společnost Kofola na trh novou řadu ovocných sirupů Jupí Superhustý. Od 19. ledna je tato novinka podpořena televizní kampaní. Kreativní koncept TV spotu s dětmi je dílem Bány Novotné z agentury Crea. Příběh se podle tiskové zprávy odehrává na dětské party, kam přichází s maminkou malý grulant s tajemným dárkem ukrytým pod vestičkou. K velkému zděšení maminky podává kamarádce, která oslavuje páté narozeniny, láhev zabalenou do papíru se slovy: „Přinesl jsem ti lahvinu.“ Z papíru, který zaskočená maminka roztrhává, se nakonec vyklube láhev malinového sirupu Jupí Superhustý a děvčátko z něj připraví džbán osvěžujícího ovocného nápoje. Claim spotu je nositelem myšlenky: „Vše dobré, co svým blízkým dáte, se vám vrátí.“ Pod TV spot se podepsal režisér Jakub Kohák, s nímž Kofola spolupracovala již na několika reklamních spotech, např. Rybník či Nuda pláž.



Kaufhof zatím není na prodej

Skupina Metro se rozhodla, že zatím neprodá svou problematickou část v Německu, síť obchodních domů Kaufhof. Z dlouho plánovaného a projednávaného prodeje nakonec sešlo, protože situace na finančních trzích není optimální. Nový šéf skupiny Metro Olaf Koch vidí větší šance pro nárůst obrátu koncernu v tom, zachovat Kaufhof ve skupině, než jej prodat.

Období vánočních nákupů přitom pro Metro nebylo nejpříznivější – skupině poklesl v posledním čtvrtletí roku 2011 obrát o 1,3 % na 19,5 mld. eur a také obrát za celý rok se snížil (minus 0,8 %, celkem 66,7 mld. eur).

Výsledky Lindt & Sprüngli ovlivnil měnový kurz

Společnost Lindt & Sprüngli ohlásila za obchodní rok 2011 obrát 2,49 miliard CHF (zhruba 2,06 miliard eur), což je o 3,5 % méně oproti předchozímu roku. Prodeje sice stouply o 6 %, směnný kurz ale oproti tomu ovlivnil obrát v negativním směru o 9,5 %.

Velmi spokojena je společnost s uvedením medvídky Lindt v listopadu 2011 na předvánoční trh. Snahou je, vytvořit pro toto období ikonu, srovnatelnou se zajícem Lindt, prodávaným na Velikonoce.

Personálie

- Ředitelem pro business development společnosti DHL Supply Chain je od ledna 2012 Pavel Šubrt. V DHL Supply Chain pracuje od roku 2010, naposledy jako site manager největší pobočky DHL Supply Chain – Evropského distribučního centra pro společnost LEGO Group. Předtím působil v rozličných vysokých manažerských pozicích v několika společnostech, např. jako výkonný ředitel firmy Data, Hardware, Software.

- Novou ředitelkou marketingu pro střední a východní Evropu společnosti Marks & Spencer byla jmenována Joanna Pinal. Joanna Pinal začínala v Marks & Spencer již před osmi lety jako brand manažerka zodpovědná zodpovědný za rozvoj značky Marks & Spencer na polském trhu. Poslední čtyři roky působila jako regional marketing manažerka pro Polsko, Litvu, Lotyšsko a Estonsko. Pozici ředitelky marketingu pro střední a východní Evropu byla její působnost rozšířena o Českou republiku a Slovensko. Nyní tak bude zodpovědná za vytváření marketingové a komunikační strategie napříč tímto regionem. Marks & Spencer rovněž oznámil jmenování Ivany Kováčové PR a marketingové manažerky pro střední a východní Evropu. Předtím byla zodpovědná za marketing M&S v České republice a na Slovensku.