

Žádný z řetězců nemá více než 10% podíl na trhu

Žádný z velkých obchodních řetězců na českém trhu rychloobrátkového zboží nemá větší než desetiprocentní podíl. Český trh je tak svou nízkou mírou koncentrace v Evropě unikátní. Jedničkou na tuzemském trhu byl v roce 2011 řetězec Ahold s podílem 9,7 procenta. Vyplyvá to z odhadů společnosti Incoma GfK.

„Zatímco v drtivé většině zemí ovládá největší řetězec 20 až 30 procent trhu, v ČR to není ani 10 procent. Podobně je to i v případě tří nejsilnějších řetězců. Ve většině zemí ovládají 40 až 60 procent trhu. V České republice jen 28 procent,“ uvedl jednatel společnosti Incoma GfK Tomáš Drtina.

Celkově kontroluje pětice největších řetězců 40,6 procenta českého rychloobrátkového trhu, desítku největších pak necelých 56 procent. Většina Čechů žije v okresech, kde působí na trhu minimálně sedm obchodních řetězců.

Po Aholdu, který provozuje prodejny a hypermarkety Albert, je dvojkou na českém trhu Kaufland (9,3 procenta), třetí místo zaujímá Tesco (8,1 procenta). Čtvrtý je diskont Penny Market (7,7 procenta).

Velikost nákupu u rychloobrátkového zboží v poslední době klesá, přičemž stále vyšší podíl zákazníci nakupují za akční ceny. Se slevou se prodávají spíše značkové výrobky než privátní značky řetězců. Roste také zájem o dražší prémiové zboží. „Dá se z toho usuzovat, že čeští zákazníci se stále více učí oceňovat hodnotu nakoupeného zboží – tedy že nejde o snahu ušetřit za každou cenu nebo koupit co nejlevnější výrobek, ale důraz je na poměru hodnota/cena,“ uvedl analytik Incomy Zdeněk Skála.

Ekonomická krize podle něj působí jen částečně přímo na snížení kupní síly. Ještě silnější je její psychologický efekt, což je dobře patrné na klesající důvěře spotřebitelů v ekonomickou budoucnost. „Pokles nákupů potravin však nesouvisí jen se sníženou spotřebou, ale také s nahrazováním určitých kategorií výrobků alternativami – například voda z kohoutku místo balených vod, dále s tendencí méně plynat – méně zkažených potravin končí v koši, i s příklonem ke zdravějším stravovacím návykům,“ dodal Skála.

Jak ukazuje studie Incoma Shopper Typology, jednotlivé skupiny nakupujících se ve svých nárocích stále více liší. Na druhé straně nabídka řetězců se spíše sbližuje a jednotlivé řetězce jsou si podobnější. Důsledkem je stále silnější konkurence na trhu, pokud jde o to, získat „průměrného zákazníka“, přičemž opravdu průměrných zákazníků je velmi málo. I to přispívá k nasycenosti trhu.

Obchodník roku 2012 s novými pravidly i partnery



další tituly vydavatelství Economia. Změnou prošel také způsob určení absolutního vítěze a vítězů oborových kategorií: letos poprvé budou vyhlášení pouze na základě výsledků reprezentativního průzkumu veřejného mínění, které nebudou nijak kombinovány s výsledky hlasování veřejnosti.

Ceny se budou vyhlášovat celkem v 10 kategoriích. Absolutní vítěz a držitel titulu MasterCard Obchodník roku 2012 bude určen pouze na základě výsledků nezávislého reprezentativního průzkumu veřejného mínění, který nyní v listopadu provádí společnost Incoma GfK. Tyto výsledky již

(Pokračování na stránce 2)

Tržní podíly 10 největších řetězců na FMCG trhu v roce 2011 (v %)

Ahold ČR Albert, Albert hyperm.	9,7
Kaufland ČR Kaufland	9,3
Tesco Stores Tesco	8,1
Penny Market Penny Market	7,7
Makro Cash&Carry ČR Makro	6,6
Coop Coop, Terno, Tuty, Jednota aj.	6,5
Lidl ČR Lidl	5,8
Billa Billa, BigBilla	5,8
Globus ČR Globus	4,2
Spar ČR Interspar, Spar, CitySpar	2,8

Zdroj: Odhad Incoma GfK. Tržní podíl včetně velkoobchodu a nákup. aliancí



Regal 11/2012 vyšel 20. 11.

V čísle mj. najdete:

- výsledky soutěže Prodejna roku 2012
- hlavní téma: platy v retailu
- rozhovor s majitelem Potten & Pannen Pavlem Staňkem
- tajný test českých obchodů
- speciál o výrobcích pro děti
- přílohy: Prodejna roku a Logistika

Předplatné si objednejte na www.eregal.cz

Debenhams oceněn za expanzi

Řetězec obchodních domů Debenhams získal francouzské prestižní ocenění Mapic Award za úsilí o expanzi. Jako nejnovativnější obchodní dům byl vyhlášen The Star Vista v Singapuru. Ocenění za nejlepší maloobchodní koncept si odnesla německá prodejna značkového sportovního zboží Adidas Neo.

Ocenění Mapic Award se letos udělovalo v sedmi kategoriích. Slavnostní vyhlášení proběhlo v polovině listopadu ve francouzském Cannes.

Intermarché rozšiřuje nabídku biovýrobků

Francouzský řetězec Intermarché očekává vzrůstající zájem o biovýrobky. Proto rozšíří také svou privátní značku o další organické produkty.

Prodeje kategorie chce do roku 2015 navýšit z 209 milionů eur na 300 milionů eur. Na pultech řetězce se pod stávajícími privátními značkami Pâturages, Chabrior a Jean Rozé má objevit 85 nových biovýrobků, sdělila zástupkyně společnosti Anne Sainte-Marie, která má na starosti privátní značky. „Bioprodukty naší privátní značky budou zhruba o 30 % levnější než značkové biovýrobky,“ dodala pro server Planet Retail.

V příštím roce se řetězec podle informací serveru chystá podporovat hlavně lokální výrobky, pod novou značkou „100% Origine France“. Začne s ovocem a zeleninou.

(Pokračování ze stránky 1)

nebudou žádným způsobem kombinovány s výsledky hlasování veřejnosti. Stejným způsobem budou vybráni i vítězové sedmi oborových kategorií:

MasterCard Prodejce potravin roku 2012 (hypermarkety, supermarkety, potraviny)

GE Money Bank Prodejce odívání roku 2012 (obuv, oblečení, sport)

MasterCard Internetový prodejce roku 2012 (bez rozlišení)

MasterCard Drogerie a parfumerie roku 2012 (drogerie, parfumerie)

MasterCard Prodejce elektrotechniky roku 2012 (elektro, počítačové vybavení, mobily)

GE Money Bank Prodejce knih, CD a DVD roku 2012 (knihy, CD, DVD a videohry)

MasterCard Prodejce pro dům a zahradu roku 2012 (hobbymarkety, nábytek, zahradnictví, domácí potřeby, pet shopy)

Udělena bude také GE Money Bank Cena veřejnosti. Hlasování v této kategorii probíhá prostřednictvím SMS od 26. listopadu 2012 do 27. ledna 2013.

Již tradiční součástí soutěže je i kategorie MasterCard Osobnost obchodu. Novinkou letošního ročníku je kategorie MasterCard Inovace v obchodě roku 2012. Vítěze obou kategorií zvolí hlasováním účastníci Retail Summitu 2013 na základě nominací odborné poroty. Na této konferenci, která proběhne 5. a 6. února 2013, budou vítězové těchto kategorií slavnostně vyhlášeni. Ocenění v ostatních kategoriích budou veřejnosti známi již 31. ledna.

Lukoil omladil prodejny

Čerpací stanice Lukoil představují své prodejny v novém konceptu. Jedna ze dvou prvních prodejen na světě, které byly podle nového konceptu přestavěny, se nachází v Praze na Barrandově. V budoucnu by se měl koncept rozšířit do celé sítě Lukoil. Do moderního hávu bude design prodejen přebudován podle návrhu designérského studia s názvem „Vše na svém místě“.

Pro rozdělení jednotlivých zón obchodu byly použity různé odstíny keramických obkladů. Přibyla také víceúčelová dělicí přčka, kterou lze využít pro prodej tiskovin. Značky v zadní části prodejen jsou nově osvětleny. V sekci potravin je použita světle šedá barva výmalby, která akcentuje vystavené zboží. Kromě toho vytváří pozadí pro použití živějších oranžových a červených odstínů v sekci občerstvení. Výrazné zastoupení dřeva v designu pokladen, skříněk i prodejních gondol má vytvářet útulnější atmosféru. K tomu přispívají také závěsná svítidla.

K osvětlení jsou použita světla s LED diodami. Hlavní plocha je osvětlena kombinací nástěnného diodového osvětlení Philips a bodových svítidel, která lze nasměrovat na výrobky na regálech a regulovat pomocí programovací jednotky, která umožňuje různé úrovně nastavení: den (snížená úroveň osvětlení poblíž oken), večer (zvýšená úroveň osvětlení) a pozdní noc (částečně snížená celková úroveň osvětlení).

SportsDirect vstupuje do ČR

Britský prodejce sportovních potřeb SportsDirect, který na český maloobchodní trh vstoupil začátkem listopadu, v tuzemsku otevřel druhou prodejnu. První kamennou prodejnu v České republice otevřela společnost 1. listopadu v Obchodním centru Fontána v Karlových Varech – Dvory. Druhou prodejnu otevřel britský řetězec 27. listopadu v Avion Parku Zličín, který vlastní a řídí developer Inter IKEA Centre Group ČR. Prodejny v obchodních centrech Avion provozuje také na Slovensku (první je od září v Bratislavě, plánuje se druhá v Košicích). Lze tedy očekávat, že svou působnost rozšíří do dalších Avionů také v ČR, kde nahradí zaniklé prodejny Giga Sport, které se z českého a slovenského trhu stáhly letos v lednu. Pražská prodejna SportsDirect na Zličíně nabízí prodejní plochu 2500 m². Zákazníky má nalákat na zavedené i méně rozšířené značky (Nike, Reebok, Umbro, Fila, Slazenger, Karrimor, Dunlop nebo golfová značka Antigua, boxerské potřeby Lonsdale, sportovní nářadí Everlast či módní dámská značka Golddiga). Společnost SportsDirect byla založena v roce 1982 a celá skupina po celém světě vlastní více než 470 prodejen včetně e-shopu SportsDirect.com nebo Sports World, Field & Trek, Hargreaves Sports, Gilesports a Donnay International.

Dárky v ČČM pomůže vybrat poradce

Centrum Černý Most letos před Vánoci připravilo pro zákazníky novou službu. Při výběru dárek jim v obchodním centru pomůže speciální dárkový poradce, jehož služby mohou využívat ve vybraných dnech od 1. do 22. prosince. Jeho konzultace je bezplatná. Poradce nabídne inspiraci, doporučí vhodné dárky pro jednotlivé členy rodiny a následně sestaví nákupní seznam vybraného sortimentu opatřený mapou centra, která zákazníky nasměruje do dané prodejny. To vše pomocí tabletu.

(Pokračování na stránce 3)



Švýcarský Coop prodává léčiva pod privátní značkou

Coop ve Švýcarsku nabídne generická léčiva a doplňky stravy pod svou privátní značkou Coop Vitality. K dostání budou pouze v pultovém prodeji v padesáti lékárnách Coop Vitality, které řetězec provozuje společně se společností GaleniCare. Začne s 10 produkty určenými proti rýmě, kašli a nachlazení a také na úlevu od bolesti. Postupně uvede do prodeje dalších 40 léčiv, která by měla být alternativou k existujícím dražším značkovým produktům. Všechny produkty jsou podle švýcarské legislativy klasifikovány jako volně prodejné (položky C a D na seznamu léčiv, tzn. vhodné k užívání i bez lékařského předpisu). V příštím roce by měly do portfolia Coop Vitality přibýt ještě přípravky proti alergii nebo vitaminy.

H&M s Givenchy?

Oděvní řetězec H&M pokračuje ve spolupráci se slavnými návrháři. V listopadu představil kolekci od návrháře Maison Martin Margiely. Příští kolekce by podle serveru Myretailmedia.com měla vzniknout ve spolupráci s francouzským módním domem Givenchy. Zástupkyně řetězce Margareta Van Den Bosch ale pro deník The Telegraph uvedla, že jarní návrhářskou kolekci H&M v roce 2013 vynechá. Spolupráce s Givenchy by podle ní mohla vyjít až na listopad příštího roku.

Sainsbury's vidí svou budoucnost v convenience formátu

Britský řetězec Sainsbury's chce dále rozvíjet své convenience formáty Sainsbury's Local. Společnost oznámila, že v tomto sektoru během příštích tří let vytvoří 10 tisíc nových pracovních míst. Těchto prodejen má nyní celkem 500 (jubilejní 500. prodejnu řetězec slavnostně otevřel v listopadu ve městě Southsea v hrabství Hampshire). Díky convenience formátu Sainsbury's od začátku roku 2012 údajně získal půl milionu nových zákazníků. A business unit director řetězce Simon Twigger uvedl, že stále mají potenciál růst.

V první polovině roku 2012 otevřelo 49 nových prodejen Local formátu, které se zasloužily o 20% meziroční nárůst v tomto sektoru podnikání řetězce. V příštím roce by každý týden měly otevřít alespoň jedna až dvě takové prodejny. Nové zaměstnance bude řetězec nyní nabírat také jako sezonní posilu pro předvánoční prodej. Podle vyjádření šéfa řetězce Justina Kinga by takto mělo získat dočasnou práci 20 tisíc lidí.

Korupce ve vedení Wal-Martu

Wal-Mart propustil finančního ředitele v Indii i další členy vedení svých indických operací. V USA totiž čelí vyšetřování kvůli podezření z korupce. Již dříve vyšetřoval řetě-

(Pokračování na stránce 3)

(Pokračování ze stránky 2)

„Věříme, že naši zákazníci tuto službu uvítají – ušetří jim starosti a hlavně čas, kterého je před Vánoci nedostatek. Ve vybraných dnech jim navíc při nákupu nad 1500 Kč zabalíme jeden dárek zdarma,“ uvedla Zdeňka Jakšic, ředitelka Centra Černý Most.

Obchodníci se do této akce mohou zapojit zdarma. „Do této vánoční akce se mohou bezplatně zapojit všechny prodejny Centra Černý Most, které chtějí zákazníky oslovit s tipy na dárky ze svých nabídek. Prostřednictvím této služby tak přirozeně podporujeme značky Centra Černý Most,“ sdělila časopisu Regal Kristína Naňová, marketingová manažerka společnosti Unibail-Rodamco, která obchodní centrum spravuje.



Billa v novém v Kostelci i v Olomouci

Řetězec supermarketů Billa otevřel 27. listopadu novou prodejnu v Kostelci nad Černými lesy. Vznikla na místě bývalé pily na hlavním městském tahu, Pražské ulici, a to jako samostatná budova s parkovištěm. Nová filiálka má prodejní plochu 932 metrů čtverečních. K parkování je k dispozici 56 míst. Pracuje zde 40 zaměstnanců.

Je to první prodejna tohoto řetězce postavená s využitím tepelného čerpadla nejnovější generace Daikin. To z jednoho zdroje prodejny ochlazuje i vytápí a produkuje chlad i pro chladič a mrazicí zařízení. „Snižujeme spotřebu, provozní náklady, ale i emise CO₂ s provozem prodejen spojené,“ říká Jaroslav Szczyпка, generální ředitel společnosti Billa v ČR a na Slovensku. „Nové technologie nám umožňují minimalizovat celkové energetické nároky supermarketů, které stavíme,“ dodává s tím, že nasazení nové technologie v Kostelci nad Černými lesy je pilotní projekt. V případě, že se osvědčí, je plánováno jeho zavedení ve všech prodejnách Billa, kde to bude možné.

Kromě nového systému vytápění jsou v prodejně i další energeticky úsporná zařízení. Jde zejména o chladič skříně na čerstvé produkty a mrazicí vitríny na maso a mražené výrobky se speciálními dveřmi. Úspornější je také osvětlení.

Kromě nové prodejny otevřel řetězec po tříměsíční přestavbě do nového konceptu znovu supermarket v Olomouci, v Galerii Moritz. Stavební úpravy prodejny proběhly při plném uzavření prodejny v souvislosti s celkovým oživením letitého obchodního nákupního domu (bývalý Prior). „Formát dnes již většinou bývalých obchodních domů Prior má stále silný obchodní potenciál,“ říká Jaroslav Szczyпка. „Většinou je to díky výborné lokalitě, ve které se nacházejí, i zaběhaným nákupním návykům kupujících. Billa je v nich přítomná hned v několika českých městech a všechny tyto prodejny jsou velmi úspěšné,“ říká Szczyпка s tím, že většina z nich již prošla přestavbou na moderní nákupní centra nebo se k ní chystá.

Obaly z certifikovaného dřeva dorazily do ČR

Obalová společnost Tetra Pak nově nabízí českým výrobcům ekologické obaly s označením FSC. Ty jsou již zcela běžně využívány například ve Velké Británii, Německu, Nizozemsku nebo Francii. V Česku je však zatím nikdo nevyužívá.

Kvalita FSC, kterou zaručuje nevládní nezisková organizace Forest Stewardship Council, znamená, že obal byl vyroben ze surovin pocházejících z chráněných a odpovědně spravovaných lesů. Nápojové kartony jsou podle údajů společnosti Tetra Pak samy o sobě z více než 70 procent vyrobeny z obnovitelných zdrojů (ze dřeva). Pokud však navíc nesou označení FSC, znamená to, že toto dřevo pochází z lesů zodpovědně spravovaných.

Vůbec první obal na potraviny a nápoje opatřený značkou FSC uvedl na trh britský maloobchodní řetězec Sainsbury's v roce 2007. Od té doby se využití těchto ekologických obalů rozšiřuje i do dalších zemí. V roce 2012 dodala společnost Tetra Pak více než 24 miliard obalů s tímto označením. Šíření těchto obalů na další trhy není podle výrobce vzhledem k omezené dostupnosti certifikovaného dřeva jednoduché. V roce 2012 tyto lesy tvořily méně než deset procent z celkového množství produktivních lesů světa.



(Pokračování ze stránky 2)

zec korupci v řadách svého vedení v Mexiku, nyní se k této zemi přidala ještě Indie, Brazílie a Čína. V Indii je navíc řetězec vyšetřován kvůli porušení tamějších zákonů, kterého se měl dopustit stamilonovou investicí do místního velkoobchodu. Bližší komentář odmítla společnost médiím poskytnout kvůli probíhajícímu vyšetřování.

Carrefour odchází z Indonésie

Carrefour v lednu odprodá 60% podíl svého byznysu v Indonésii tamější společnosti CT Corp, která již vlastní ostatních 40 %, za 525 milionů eur. V Indonésii řetězec působil od roku 1998 a měl zde 85 prodejen. I pod jiným vlastníkem ale budou nadále používat jména Carrefour, pokud transakci povolí tamější antimonopolní úřad. Tento krok je součástí nové strategie řetězce, který v současné době opouští méně výnosné trhy ve prospěch těch perspektivnějších. Pod vedením nového šéfa George Plassata již řetězec opustil pět zemí – například Řecko a Kolumbii, v Malajsii odprodal své aktivity japonskému řetězci Aeon. Do konce roku se ještě chystá opustit Singapur. Řetězec naopak posiluje v Rumunsku, kde v listopadu otevřel 13. prodejnu. Expanduje také ve Francouzské Polynésii, kde spolupracuje se společností Wane – nové hypermarkety otevřel v listopadu na Tahiti, v Taravao a v Temahame.

Personálie

V listopadu rozšířila tým maloobchodních nemovitostí Jones Lang LaSalle Kateřina Felgrová, která se vrátila po mateřské dovolené na pozici senior konzultantky. K jejím klíčovým projektům patří tři pražská nákupní centra Atrium Flora, Galerie Harfa a OC Šestka, kde bude mít na starosti pronájem. K mimo-pražským projektům, o které se bude Kateřina Felgrová také starat, patří projekty Inter IKEA, AFI Palác Pardubice a Carrefour Slovakia. Kateřina Felgrová je absolventkou Podnikohospodářské fakulty Vysoké školy ekonomické v Praze. Na reálním trhu se pohybuje od ukončení studií v roce 2004, kdy začínala jako realitní specialista v ČSOB a následně jaké koordinátorka pronájmu v Tesco Stores. Od roku 2007 působí v oddělení maloobchodních nemovitostí pražské pobočky Jones Lang LaSalle, kde měla na starosti projekty Palác Flóra, Galerie Harfa, Forum Liberec a Inter IKEA. Podílela se na úspěšném marketingu Fashion Areny Outletu Štěrboholy či na projektu luxusního centra City Gate v Bratislavě. Úspěšně pronajala nákupní centrum Plzeň Plaza a zastupovala společnost Adidas při jednáních o pronájmu maloobchodních prostor. Je vdaná, má tříletého syna. Mluví plynule anglicky a německy.