

REGAL *line*

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 24/12, 26. 6. 2012

MasterCard spouští novou službu pro mobilní platby

Společnost MasterCard Europe společně s partnery ČSOB, Era a Wincor Nixdorf, představila na českém trhu novinku pro mobilní platby, službu MasterCard Mobile. Umožňuje placení mobilním telefonem na internetu bez nutnosti speciálního čipu, ale je vhodný např. i pro dárcovské platby, jízdné, placení v kamenných obchodech atp. MasterCard Mobile se rozebíhá i v okolních zemích. Na českém trhu bude fungovat od konce roku 2012, nyní se testuje beta verze.

„MasterCard Mobile umožňuje držitelům běžných karet realizovat platby ze svých chytrých telefonů bezpečnou a pohodlnou cestou. Jedná se o mezinárodně standardizovanou metodu navrženou společností MasterCard.

V České republice bude tento program realizován ve spolupráci se společností Wincor Nixdorf jako poskytovatelem technologie a ČSOB jako acquirerem transakcí,“ uvedl Miroslav Lukeš, generální ředitel MasterCard Europe pro Českou republiku a dodal, že do budoucna bude systém fungovat i v dalších zemích, v tuto chvíli se rozbíhá např. v Maďarsku, Polsku a Rusku.

Služba bude bezplatná a v první vlně bude určena majitelům chytrých telefonů s platformami iPhone a Android, kteří jsou současně držiteli MasterCard. Služba v budoucnu podpoří rozmach dalších internetových obchodů, ale využitelná je i v kamenných prodejnách, kde budou moci zákazníci zaplatit naskenováním QR kódu a zadáním pinu.

Potěší zejména menší obchodníky, kteří nemají platební terminál: Obchodníkovi registrovanému do služby postačí zařízení s displejem (tablet, telefon, PC), na kterém při platbě ukáže QR kód zákazníkovi. Zákazník naskenováním kódu přenesení platbu do svého telefonu, kde ji také dokončí. Obchodník dostane okamžitě po skončení platby informaci o výsledku transakce na své zařízení. V současné době MasterCard pracuje například se Slevomatem, ale podle Lukeše již probíhají jednání i s dalšími obchodníky.

Plesnivé pečivo v Kauflandu

Hypermarket Kaufland v Litoměřicích připravoval a prodával plesnivé pečivo. Státní zemědělská a potravinářská inspekce (SZPI) tam našla 64 rozmražených polotovárů chlebě, které byly napadeny plísní. SZPI kontrolu provedla na základě podnětu spotřebitele, který si pekařský výrobek koupil. Informoval o tom mluvčí SZPI Pavel Kopřiva.

Chleby přitom byly připraveny spolu s jinými druhy polotovárů k rozpékání a k prodeji v oddělení čerstvého pečiva. Jde o Chléb kulatý se zářezy o hmotnosti 480 gramů, dodavatelem mraženého polotovaru je společnost Inter Europol Piekarna Szwajcarska S.A., Marki, Polsko.

„Naše společnost ihned po zjištění provedla kontrolu pečiva ve všech prodejnách. Další výskyt stejného nebo podobného problému se nepotvrdil. Zboží nalezené SZPI se do prodeje nedostalo. Zaměstnanci byli ještě jednou velmi důkladně proškoleni, jak mají s pečivem před rozpékáním zacházet,“ sdělil na dotaz ČTK mluvčí hypermarketu Kaufland Michael Šperl.

Potravina byla na místě vyhodnocena jako nevhodná k lidské spotřebě a v souladu s nařízením Komise (ES) 178/2002 inspekce zakázala další uvádění do oběhu.

Zároveň SZPI nařídila Kauflandu Česká republika, aby prověřil uvedené polotovary ve všech svých prodejnách. Plísně zpravidla produkují mykotoxiny, což jsou látky, které mohou vážně poškodit lidské zdraví.



Regal 6–7/2012

vyšel 19. 6.

V čísle mj. najdete:

- Začala soutěž Prodejna roku!
- Jak nové nařízení EU reguluje prodej funkčních potravin
- Rozhovor s Alešem



- Aldo Koláčkem nejen o oplatkách Manner
- Vše o italské klasice Prosciutto di Parma

Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Tesco odejde z Japonska

Britská maloobchodní společnost Tesco se dohodla s firmou Aeon na převzetí jejich operací v Japonsku. Po dokončení dohody Tesco zcela opustí japonský trh, na který firma vstoupila v roce 2003.

Podle dohody Tesco nejprve prodá polovinu podílu v japonském podniku firmě Aeon za nominální hodnotu. Vznikne tak společný podnik obou firem a Tesco poté investuje zhruba 40 milionů liber (1,3 miliardy Kč) do restrukturalizace společného podniku. Po dokončení investice nebude mít Tesco nadále žádné finanční napojení na svůj japonský podnik. Aeon je největší maloobchodní firmou v Japonsku. Provozuje zde 1200 supermarketů. Dohoda firmě umožní expanzi na domácím trhu, kde se snaží zlepšit svůj růst.

Tesco oznámilo, že plánuje opustit japonský trh již loni v srpnu. Japonsko je nejmenší ze 13 zahraničních operací Teska. Zpráva zřejmě nyní opět vyvolá spekulace o budoucnosti ztrátových obchodů Fresh & Easy v USA. Tesco je třetí největší maloobchodní firmou na světě za společnostmi Wal-Mart a Carrefour.

Tesco vstoupilo na japonský trh v roce 2003, kdy koupilo místní firmu C Two-Network, provozovatele řetězce Tsurukame. Firma se zde zaměřila na menší convenience stores, což jsou obchody typu malých supermarketů, umístěné často podél rušných silnic, čerpacích stanic, na nádražích či v hustě zalidněných okrajích měst. Nyní má v zemi 117 obchodů pod značkami Tsurukame, Tesco a Tesco Express.

Zahraniční společnosti mají při dobývání japonského maloobchodního trhu velké problémy. Mimo jiné zemi opustily francouzský maloobchodní řetězec Carrefour a britský řetězec lékáren Boots. Japonští spotřebitelé jsou podle analytiků velmi vybíraví a mají jiné nákupní zvyky než na Západě. Trh je také nasycen a obchody místních firem, jako 7-Eleven firmy Seven & I Holdings, kde se dá koupit vše od potravin přes alkohol po spodní

(Pokračování na stránce 2)

Tesco snižuje počet manažerů

Obchodní řetězec Tesco v Česku výrazně sníží počet svých manažerů a v plánu má zrušit či sloučit zhruba 900 manažerských pozic a postů specialistů. Zaměstnanců prodejen Tesco se chystaná restrukturalizace týkat nebude a jejich počet naopak vzroste. Sdělila to ředitelka komunikace Tesco Stores ČR Emilie Pražáková. Tesco patří mezi největší obchodníky v Česku a zaměstnává přibližně 15 tisíc lidí.

Přesný počet manažerských pozic a postů specialistů, které Tesco při restrukturalizaci zruší, Pražáková neuvědomuje. Restrukturalizace se týká centrály společnosti i vedení prodejen. Tesco už zahájilo jednání s odborovými organizacemi a úřadem práce. "Zaměstnanci budou o změně informováni v následujících týdnech, jakmile uběhne zákonná oznamovací lhůta. Reorganizace umožní vytvoření nových pracovních pozic, které budou v přímém kontaktu se zákazníkem," dodala Pražáková.

Předseda Odborové organizace zaměstnanců Tesco Stores ČR Ivan Předinský řekl, že vedení obchodního řetězce odborářům zatím nesdělilo konkrétní číslo, o kolik by se počet pracovníků na těchto postech měl snížit. "Některé pozice nyní nejsou obsazeny, takže číslo bude zřejmě nižší (než 900)," uvedl. Odboráři podle něj počkají na to, až dostanou detailní informace o plánované redukci pozic a o tom, jak bude vypadat záměr posílit personální obsazení v běžném provozu obchodů. Odboráři už delší dobu upozorňují na to, že v prodejnách Tesco je málo personálu.

Tesco letos v Česku otevře zhruba 15 prodejen a vytvoří 930 nových pracovních míst. Restrukturalizace nemá mít dopad na celkový počet zaměstnanců řetězce. "Letos vytvoříme více pracovních pozic, než kolika se tato restrukturalizace týká. Tyto pozice nabídneme našim zaměstnancům, kterých se změna dotkne. Restrukturalizace nám pomůže se více zaměřit na poskytování služeb zákazníkům na velmi konkurenčním českém trhu," uvedl personální ředitel Tesco pro střední Evropu a Turecko Karel Foltýn.

Žabka zavádí bezkontaktní platby

Zákazníci mohou od června nově využívat v prodejnách Žabka možnost bezkontaktní platby. Pro tento rychlý, pohodlný a jednoduchý způsob placení stačí mít k dispozici bezkontaktní platební kartu, využít je však možné i další technologie, jako jsou bezkontaktní samolepky, placení prostřednictvím mobilu apod.

„Chceme zákazníkům nabídnout co nejvyšší komfort při nakupování, a to nejen při výběru zboží, ale i při placení. Bezkontaktní platby se obecně hodí na placení menších nákupů, zejména pak do menších obchůdků, jako jsou Žabky. Jejich zákazníci jsou především lidé, kteří „jdou kolem“, spěchají a potřebují si rychle něco koupit bez toho, aby se obtěžovali a zdržovali hledáním peněz,“ uvádí generální ředitelka franšizingové sítě obchodů Žabka Katarína Navrátilová.

Ačkoliv jsou v současné době mezi zákazníky nejvíce rozšířeny bezkontaktní platební karty (VISA – Pay Wave, MasterCard – Pay Pass), v prodejnách Žabka lze využít i bezkontaktní samolepku (MasterCard), která je vydávána jako dodatková karta ke kartě hlavní, mobilu či speciální hodinky. Akceptaci platebních karet pro síť prodejen Žabka zajišťuje Česká spořitelna. Ta do současné doby vydala již více než 350 tisíc bezkontaktních platebních karet a lze předpokládat, že jejich počet bude i nadále narůstat.

Kromě nové formy placení bezkontaktní platbou mohou zákazníci prodejen Žabka využívat i další doplňkové služby jako například zaplacení složenek, dobítí telefonního kreditu či možnost vybrat si na pokladně hotovost prostřednictvím služby cash back.



Spar otevřel supermarket v Říčanech

Společnost Spar ČOS otevřela 20. června druhou prodejnu v Obchodním centru Lihovar v Říčanech. Po formátu Spar To Go je tu nyní zákazníkům k dispozici i supermarket. Je to šestá prodejna společnosti Spar ČOS tohoto formátu v ČR. Na na prodejní ploše 876 m² nabízí více než 4 700 produktů. V supermarketu poprvé využíli LED osvětlení, díky němuž je prodejna méně energeticky náročná. Otevřením nového supermarketu pokračuje Spar v další expanzi zaměřené na menší formáty.

„Při stavbě nové prodejny pro nás byla vedle funkčnosti důležitá i architektonická stránka tak, aby byl supermarket přirozeně začleněn do prostoru obchodního centra. Z tohoto důvodu je stavba zajímavě architektonicky řešena a vystavěna v souladu s původním charakterem průmyslového areálu,“ říká generální ředitel Spar ČOS Martin Ditmar. Výška stropu prodejny je snížena na 3,8 m, což má podle společnosti zvýšit úspornost vytápění, chlazení a výměny vzduchu.

Otevření supermarketu bylo podpořeno v letáku nabídkou výhodných otevíracích cen vybraných produktů, kampaní na billboardech, v tištěných médiích a na webu.



(Pokračování ze stránky 1)

prádlo a DVD, jsou téměř na každém rohu.

Tesco v lednu překvapivě varovalo před dalším vývojem zisku. Firma se nově zaměřila hlavně na zisk svých britských operací, které se na celkovém obchodním zisku podílejí více než 70 procenty. Mínilý týden firma oznámila, že její očištěný zisk v Británii klesl, napsala agentura Reuters.

Milka rozšiřuje portfolio

Společnost Kraft Foods v Evropě posiluje svou značku čokolád Milka, která je evropským lídrem v kategorii, a rozšiřuje její portfolio do několika nových segmentů. V ČR již loni přišly na trh sušenky Milka, ve Francii k nim nyní výrobce přidává ještě koláče. Nové řady výrobků zahrnují tři koláče a dvě varianty sušenek. Podle Kraftu jsou čokolády Milka francouzskou jedničkou – v roce 2011 měly 35% podíl na trhu.

Carrefour opouští Řecko

Francouzský retailer Carrefour se stahuje z Řecka. Důvodem je špatná ekonomická situace země a níž vyplývající zhoršené obchodní podmínky. Svůj podíl na joint venture odprodá svému obchodnímu partnerovi Mirinopolous. Ten se tak stane franšizantem prodejen Carrefour v Řecku, na Kypru, v Bulharsku a dalších zemích Balkánského poloostrova. Obraty společnosti se v Řecku propadly za první čtvrtletí letošního roku o 16 %. Nadále zůstává Carrefour silně zastoupen v dalších oslabených zemích EU – ve Španělsku a Itálii.

Tesco kupuje přehrávač We7

Tesco kupuje službu na personalizované přehrávání hudby We7. Transakce má podle britského deníku The Telegraph hodnotu 10,8 milionů liber. Tesco již vlastní 91% podíl We7, nyní ale kupuje i zbývajících 9% a stane se tak jediným vlastníkem. V příštích měsících se chystá platformu dále rozšiřovat a vyvíjet další služby. We7 je digitální služba umožňující přehrávání hudby, podobně jako například Spotify. Uživatelům nabízí vytvoření vlastního výběru internetových rádií. Založil ji bývalý frontman skupiny Genesis Peter Gabriel se Stevem Purdhamem. Služba je bezplatná, financována je z příjmů z inzerce.

Krise v jižní Evropě poškozují Danone

Francouzskému potravinářskému koncernu Danone ztěžují situaci stoupající ceny vstupních surovin a eurokrize. Koncern považuje své původní cíle, týkající se marže pro tento rok, za nespílitelné a jeho cílem nyní bude „udělat své produkty více konkurenceschopné“. To mj. může znamenat snížení cen. Od konce prvního čtvrtletí poptávka v zemích jižní Evropy výrazně poklesla, sdělil koncern,

(Pokračování na stránce 3)

Emco staví nový závod

Výrobce cereálních produktů Emco postaví v Hrdlech na Litoměřicku, kde od roku 2007 již vyrábí müsli a další výrobky, nový závod za 130 až 150 milionů korun, sdělila ČTK ředitelka marketingu Emca Petra Farkašová. Do konce roku chce firma získat stavební povolení, s výstavbou nové haly počítá v příštím roce. Nový provoz má být otevřen v lednu 2014. Investice souvisí s plánovanou expanzí na zahraniční trhy.

Vedle stávající výrobní haly má v Hrdlech vzniknout nový moderní provoz. "Vyrábět se zde bude kompletní sortiment značky Emco, tedy Emco Mysli na zdraví, ovesné kaše, ovesné sušenky včetně kompletního sortimentu pro export," podotkla Farkašová. Moderní technologie v novém závodě má podle ní kromě navýšení výrobní kapacity také zvýšit kvalitu výrobků a snížit výrobní náklady.

Farkašová zároveň připustila, že firma patrně omezí či zastaví produkci ve svých závodech v Brně a Bohumině. O jejich osudu se má rozhodnout v příštích měsících. Emco má v Česku ještě ovesný mlýn Vřesce u Tábora. Jeho chod by koncentrace výroby podle mluvčí neměla ovlivnit.

V loňském roce firmě vzrostl obrát o 6,9 procenta na rekordních 941 milionů korun. Hrubý zisk klesl na 27 milionů korun z předloňských 30 milionů Kč. Vlastní výroba pod značkou Emco vzrostla proti loňskému roku o šest procent a dosáhla 9800 tun výrobků. Firma chce růst i v dalších letech, a to především na zahraničních trzích. Export se meziročně zvýšil o osm procent na 184 milionů Kč. Stabilně největšími odběrateli jsou Polsko a Chorvatsko. Nové firma loni začala vyvážet do USA, kde získala zakázky na bezlepkové müsli. Necelou polovinu obrátu společnosti tvoří dovoz a distribuce silných zahraničních značek jako například Panzani, Alpro Soya a Carbonell.

Emco vzniklo v roce 1990 původně jako distribuční firma zaměřená na dovoz potravin. Má v tuzemsku čtyři výrobní závody - v Brně, Bohumině na Karvinsku, mlýn ve Vřescích na Táborsku a Hrdlech na Litoměřicku. Majoritním vlastníkem firmy je Zdeněk Jahoda. Firma si dlouhodobě udržuje první příčku na tuzemském trhu s müsli s více než polovičním tržním podílem. "V roce 2011 jsme zvýšili prodeje o 100 procent, i v roce 2012 čekáme další nárůst, zhruba o polovinu," uvedla Farkašová. Přesto letošní obrát odhadovaný zhruba na 40 milionů korun není podle ní dostatečný a firma plánuje zrychlit růst na východoevropském trhu (od roku 2008 má výrobu i v Rusku) i za cenu vysokých investic do poplatků za zalistování u obchodních řetězců.

Expert Elektro spouští e-shop

Společnost Expert Elektro, která zastřešuje tuzemskou síť více než pěti desítek elektroprodejen, spustila internetový obchod www.expert.cz. Vlastní e-shopy už v Česku provozuje většina řetězců kamenných prodejen se spotřební elektronikou.

"Český zákazník je specifický v tom, že i v dnešní době stále preferuje osobní odběr na prodejně poblíž svého bydliště, než slepý nákup na internetu bez možnosti osobního vyzkoušení. V případě našeho nového e-shopu mají zákazníci možnost vyzkoušet si produkt přímo na jedné z více než 50 prodejen po celé ČR," uvedl Petr Hulec ze společnosti Expert Elektro.

Tuzemskou síť Expert Elektro nyní tvoří 17 společností a 55 prodejen. Mezi největší společnosti patří K+B Expert, Elektro expert Jankovský, Elektro Vision a Spektrum Elektro.

Internetový obchod už delší dobu provozují například společnosti Datart, Electro World či Euronics.

Význam internetu při prodeji spotřební elektroniky totiž stále roste. Elektrospotřebiče v internetových obchodech podle loňského průzkumu společnosti GfK nakupuje téměř 60 procent spotřebitelů.

Mezi nejpopulárnější internetové prodejny s elektrospotřebiči podle studie patří Alza.cz, Kasa.cz a Mall.cz. "Velmi dobrou pozici má ovšem také internetový obchod kamenného řetězce Datart," uvedla Incoma GfK. Útraty Čechů ve všech internetových obchodech loni podle odhadu Asociace pro elektronickou komerci meziročně vzrostly o čtyři miliardy korun na rekordních 37 miliard korun.



(Pokračování ze stránky 2)

což platí zejména pro Španělsko. Operativní marže pro rok 2012 se proto již neočekává na úrovni loňského roku, ale o 0,5 procentního bodu níže.

Co se týče plánovaného obrátu, zde chce koncern splnit původní plány. Nadále má výtěžek ze stejné plochy stoupnout o 5 až 7 %. V Asii, Americe, Africe a na Dálném Východě je obchod společnosti natolik silný, aby vykryl oslabení v rámci západní Evropy.

Slovenské obchody nabízejí méně než polovinu domácích potravin

Slovenští potravináři si stěžují na vysoký podíl zahraničních výrobků na pultech obchodů. Zastoupené domácí produkce potravin v prodejnách na Slovensku za poslední rok znovu kleslo a dostalo se pod hranici 50 procent. Vyplyvá to z průzkumu agentury GfK pro Potravinářskou komoru Slovenska.

"Zatímco minulý rok to bylo půl na půl, tento rok už hovoříme o menším zastoupení slovenské produkce než v roce 2011, aktuálně je to 46 procent," uvedl šéf agentury GfK Martin Mravec.

Z jednotlivých výrobků se nejlépe vedlo slovenským minerálním vodám, mléku a pivu, na opačné straně žebříčku skončily domácí konzervované produkty a cukrovinky. Nejmenší sortiment slovenských potravin podle průzkumu nabízejí supermarkety a hypermarkety, které mají značný podíl na maloobchodních trzích.

"Slovenská čísla jsou velmi žalostná v porovnání s okolními zeměmi, kde se tento podíl (zastoupení domácích potravin) pohybuje kolem 72 až 80 procent," reagoval šéf potravinářské komory Daniel Poturnay. Negativní vývoj se podle něj odrazil v poklesu zaměstnanosti v sektoru, která od vstupu země do Evropské unie v roce 2004 klesla o více než čtvrtinu.

Výsledky průzkumu podle potravinářů nepotvrdily prohlášení obchodníků, že budou usilovat o větší zastoupení slovenských produktů na pultech svých prodejen. Důvodem pro to, že dovoz potravin na Slovensko převyšuje vývoz potravinářských produktů ze země o miliardu eur ročně.

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.