

REGAL line

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 37/12, 13. 11. 2012

Index spotřebitelské důvěry v ČR klesá

Podle průzkumu společnosti Nielsen stoupla celosvětová důvěra spotřebitelů ve 3. čtvrtletí roku 2012 o 1 indexový bod na 92, což je o 6 bodů výše než ve stejném období před rokem. V Evropě je ale celkově tato důvěra nižší – na úrovni 74 %. V České republice pak index důvěry spotřebitelů oproti předchozímu čtvrtletí klesl o 1 % na 70 %. Češi jsou pesimističtí v oblasti osobních výdajů: 23 % respondentů věří, že vyhlídky na možnost kupovat si věci, které potřebují a chtějí, budou v následujícím roce špatné; 50 % jich tyto vyhlídky považují za ne moc dobré; 43 % respondentů plánuje volné finanční prostředky po zaplacení všech nutných výdajů šetřit.

Češi se nejvíce obávají dluhů, růstu cen a vývoje ekonomické situace – 73 % jich věří, že se nacházíme v recesi. Zároveň roste jejich pesimismus týkající se budoucích vyhlídek – pouze 10 % jich věří, že recese během následujícího roku skončí (oproti 14 % ve 2. čtvrtletí 2012). 60 % respondentů proto mění své výdaje do domácnosti, 65 % jich šetří na výdajích za elektřinu a plyn, 51 % šetří na výdajích za zábavu, 50 % méně utrácí za oblečení, 48 % se snaží snížovat náklady na telefon. A lidé v úsporných opatřeních plánují pokračovat i poté, co se ekonomická situace zlepší.



Češi budou letos při nákupu dárků opatrnější

Čeští spotřebitelé ve srovnání se zbytkem Evropy citlivěji reagují na ceny a před samotným nákupem vánočních dárků více vyhledávají informace a porovnávají zboží, zvláště na internetu. K tomu, aby vybrali nejlepší dárek za co nejvýhodnější cenu, využívají více obchodních kanálů najednou. Výplývá to z průzkumu, který společnost Deloitte uskutečnila ve druhém a třetím zářijovém týdnu mezi 18 600 spotřebiteli z 18 evropských zemí.

„Čeští spotřebitelé svá nákupní rozhodnutí zvažují s větší opatrností, přičemž hlavním faktorem se stává cena. I když si letos vánoční svátky chtějí užít, jsou obezřetnější v tom, jak budou utrácet,“ uvedl vedoucí partner oddělení auditu Deloitte Martin Tesař.

Češi stejně jako ostatní Evropané chtějí více než kdykoli dřív nakupovat dárky za nejlepší ceny. Zatímco loni plánovalo nakupovat dárky ve slevě 13 % českých spotřebitelů, letos chce slev využít více než čtvrtina Čechů (28 %). Ve srovnání s loňským rokem vzroste i podíl těch, kteří plánují vánoční dárek pořídit v levnějším obchodě, dodal Tesař.

Spotřebitelé v ČR rovněž plánují v menší míře než v předchozích letech nakupovat na úvěr. „Téměř dvě třetiny Čechů neplánuje vánoční nákupy na úvěr, nehledě na jeho formu – půjčky od členů rodiny, spotřebitelský úvěr, včetně úvěrových nabídek maloobchodníků,“ doplnil vedoucí partner pro odvětví výroby a spotřebního průmyslu ve střední Evropě Bronislav Pánek.

Češi mají stále více v oblíbě věrnostní či slevové programy. Hlavním důvodem je možnost využít okamžité slevy či možnost si za věrnostní body pořídit dárky. Většina dotázaných z ČR uvedla, že věrnostní nebo slevové programy určitým způsobem ovlivňují jejich nákupní rozhodování. Každý čtvrtý zmínil, že je těmito programy ovlivněn málo nebo vůbec.

S vánočními nákupy letos začnou lidé v ČR proti zbytku Evropy o něco dříve. Více než třetina spotřebitelů uvedla, že plánuje začít s vánočními nákupy již v listopadu. Nákupní boom v ostatních zemích Evropy odstartuje v první polovině prosince. Češi se zároveň liší od Evropanů, kteří plánují ve větší míře nakupovat dárky i v posledních dnech letošního roku, tedy v období od 25. do 31. prosince.

Celková útrata Čechů za vánoční dárky klesne meziročně o 6 % na 252 eur, což je přibližně 6300 korun. Zhruba polovina z rozpočtu na dárky připadá na děti, které dostanou v průměru pět dárků. Naopak nepatrně vzrostou výdaje za potraviny a pití, stejně tak za společenské aktivity jako divadlo, kino či vánoční koncert.

Téměř polovina českých respondentů disponuje na vánoční nákupy stejnými finančními prostředky jako před rokem. Tuzemští spotřebitelé stejně jako další Evropané rádi nakupují dárky zejména ve specializovaných obchodech, hypermarketech a obchodních domech.

Regal 10/2012

vyšel 19. 10.

V čísle mj. najdete:

- Hlavní téma o bezkontaktních a mobilních platbách
- Rozhovor s prokuristkou dm drogerii
- Vše o české šunce a speciál o exotických potravinách



Předplatné si objednejte na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Penny v západním Rakousku nahradí Billa

Skupina Rewe stahuje své diskontní prodejny Penny ze západního Rakouska. Deset těchto prodejen, především v Tyrolsku a ve Vorarlbergu, přebuduje společnost na supermarkety Billa. Důvodem je, že se kvůli malému počtu prodejen v regionu nevyplatilo společnosti investovat do souhrnných marketingových aktivit. „Měli jsme dvě možnosti: buď expandovat, nebo se stáhnout. Vzhledem k tomu, že v této části Rakouska nejsou diskonty příliš oblíbeny, jsme se rozhodli přeměnit je na úspěšnější prodejny Billa,“ řekl zástupce řetězce. Rewe v Rakousku provozuje 280 Penny Marketů. Billa bude expandovat také v sousední severní Itálii. Ročně tu chce do expanze investovat 20 milionů eur (do roku 2016). Stavět bude zejména středně velké prodejny (800–1000 m²).

Otisky prstů místo PIN v Auchanu

Auchan jako první řetězec testuje ve svých francouzských Biosupermarketech biometrické platby. Ve spolupráci s Banque Accord tento pilotní projekt zkouší s 1500 dobrovolníky již pět měsíců. Zúčastnění zákazníci platí skrze WPAN připojení, které poskytuje společnost MasterCard.

Místo zadání pinu se však identifikují svými otisky prstů na biometrickou čtečku, která poté odešle platbu za jejich nákup ke zpracování bance. Otisky prstů zákazníka se automaticky porovnávají s těmi, které má nahané v čipu karty. Systémové řešení řetězci dodává společnost Natural Security, která je součástí Banque Accord. Nevyžaduje propojení s centrální státní databází biometrických údajů. Technologie WPAN funguje na vzdálenost až dvou metrů.

„Chceme urychlit proces odbavení zákazníků u pokladen a zároveň je obohatit o nové zážitky z nakupování,“ uvedl Arnaud Crouzet,

(Pokračování na stránce 2)

Značku Česká kvalita získaly dvě prodejny Jednoty

Některou ze značek programu Česká kvalita bude moci od 6. listopadu používat dalších dvacet výrobců a služeb. Mezi oceněnými jsou také dva supermarkety: Jednota spotřební družstvo České Budějovice – prodejna Supermarket Terno Bechyně a Jednota, spotřební družstvo v Hodoníně – prodejna Mutěnice. Ocenění dále získaly některé výrobky, dětská hřiště nebo počítačový systém řízení.

„Nekvalitní a nebezpečné výrobky jsou problémem, se kterým se potýká celá Evropa. Jejich dopady jsou přitom velmi negativní. Způsobují úrazy i chronická onemocnění, následně zatěžují zdravotní a sociální systém a mnohdy znemožňují další uplatnění nemocných na trhu práce. Situace je o to horší, že jde velmi často o výrobky určené dětem,“ uvedl předseda Rady kvality ČR Robert Szurman.

Spotřebitelé podle Szurmana sami mají jen minimum možností, jak před nákupem odhalit nekvalitní či nebezpečný výrobek. Vyzáduje to nejen odborné znalosti a zkušenosti, ale mnohdy i drahé laboratorní vybavení. Proto je lepší spolehnout se na předem odborníky prověřené a otestované výrobky a služby.

Podle průzkumu pořádaného letos ve spolupráci s Asociací malých a středních podniků a živnostníků ČR by 69 % českých spotřebitelů uvítalo, kdyby se mohli při nákupu orientovat podle nezávislé značky kvality. Českou kvalitu považuje za důvěryhodnou 83 % respondentů a 73 % by dalo takto označenému zboží při nákupu přednost.

Program Česká kvalita byl vyhlášen v roce 2002 a nyní zahrnuje dvacet značek zaměřených na různé obory výroby a služeb. Zákazníkům garantuje nezávislé ověření kvality autorizovanou zkušebnou, pravidelnou kontrolu kvality oceněných výrobků a služeb i ověřování spokojenosti zákazníků. Pokud některá z kontrol odhalí nedostatky, může být i již udělené ocenění odebráno. Do programu patří i značka Czech made, jež funguje od roku 1993. Logo Česká kvalita mohou získat například hračky, nábytek, textilní výrobky, internetové obchody a různé služby.

Tesco podporuje prodej pečiva televizním spotem

Řetězec Tesco nasadil 7. listopadu na televizní obrazovky nový image spot na podporu prodeje pečiva. Několikrát denně poběží v následujících týdnech. Pro zdůraznění autenticity využil filmový štáb skutečného pekaře, zaměstnance společnosti Tesco, a jeho syna. Spot, který režíroval dánský reklamní režisér Martin Aamund, má v drammatizaci jednoho pracovního dne propagovat dostupnost kvalitního a vždy čerstvého pečiva, a to i ve večerních hodinách.

Společnost Tesco má síť vlastních pekáren, ve kterých peče čtyřikrát denně. Jsou téměř ve všech 50 velkých obchodech. Tam, kde z kapacitních nebo technologických důvodů péct nemůže, využívá řetězec také síť místních dodavatelů pečiva.



Před Vánoci poběží první TV reklama na tuzemák

Stock Plzeň bude před Vánoci podporovat svou značku Božkov dvěma televizními spoty. Bude to historicky první televizní reklama značky Božkov, jejímž hlavním zástupcem je Božkov Tuzemský. „Po uvolnění prohibice je zcela zřetelným trendem orientace spotřebitelů na prověřené značky. A právě z toho těží i řada Božkov, která svojí dlouhodobou tradicí a zaručenou kvalitou současným preferencím zákazníků odpovídá. Proto jsme se rozhodli právě Božkov ještě dále podpořit,“ uvedla marketingová ředitelka Stocku Plzeň Kateřina Harris.

Stock Plzeň nasadí v předvánočním období dva dvacetivteřinové spoty s pracovními názvy „Korále“ a „Váza“. Vyrobila je agentura Ogilvy & Mather, režisérem je Tomáš Sysel. Klipy s nadsázkou glosumjí vánoční hon za dárky, hlasem je doprovází herečka Simona Babčáková. Na kanálech televízi Prima a Nova budou nasazeny od 12. listopadu do 23. prosince.



Stock Plzeň nasadí v předvánočním období dva dvacetivteřinové spoty s pracovními názvy „Korále“ a „Váza“. Vyrobila je agentura Ogilvy & Mather, režisérem je Tomáš Sysel. Klipy s nadsázkou glosumjí vánoční hon za dárky, hlasem je doprovází herečka Simona Babčáková. Na kanálech televízi Prima a Nova budou nasazeny od 12. listopadu do 23. prosince.

(Pokračování ze stránky 1)

ředitel vývoje elektronického bankovníctví řetězce Auchan. „Hledali jsme způsob, jak se vyhnout využívání biometrických dat z centrálních serverů. To bylo v minulosti největší překážkou pro využívání biometrických údajů pro účely plateb,“ dodal.

Jeden ze zúčastněných zákazníků se podělil se svou zkušeností: „Není potřeba vyndávat platební kartu a díky tomu, že je systém personalizovaný, se nemusím obávat, že mi kartu někdo ukradne a zneužije ji.“

Netto má nový logistický park

Německý diskontní řetězec Netto Marken Discount, který provozuje řetězec Edeka, otevírá po roce výstavby nové logistické centrum. Leží v německém městě Bad Wünnenberg v Severním Porýní – Vestfálsku. K novému skladu s plochou 39 tisíc m² přiléhá venkovní plocha o rozloze 147 tisíc m².

Logistický park bude zásobovat více než 160 prodejen řetězce ve třech spolkových zemích. Výhledově by mohl v budoucnu obhospodařovat až 250 poboček řetězce.

Tesco vylepšuje e-shop v mobilu

Britské Tesco reaguje na potřeby svých zákazníků. Těm, kteří dojíždějí daleko do práce a cestou domů nákupy nestíhají, nabídl řetězec nový e-shop v mobilu. Během dne si na webu mohou nákup objednat a večer jim ho Tesco doveze domů.

Ředitel internetového obchodu Tesco Ken Towle k uvedení nové služby řekl: „Víme, že mnoho našich zákazníků nemá čas jít nakupovat, ale přesto mají o naše služby a produkty zájem. Tato služba jim ušetří čas i námahu, především díky nové kategorizaci produktů.“ Zákazníci si mohou na svém profilu uložit oblíbené položky i celé nákupní seznamy. Systém pro ně vygeneruje informace, které z jejich oblíbených produktů jsou zrovna ve slevě nebo ve zvýhodněném balení. Nastavit si mohou i pravidelné doručování nákupů až domů.

Služba je dostupná po celé Velké Británii, marketingově je podporována zatím především v Londýně: reklamy budou spotřebitele oslovovat například v metru.

Lidl v Německu staví nové sklady

Logistické centrum, které v Bonnu staví společnost Lidl, bude jedním z největších skladů chlazených potravin v Německu. Základní kámen stavby, která má stát okolo 50 milionů, byl položen začátkem listopadu. Objekt bude zaměstnávat 300 lidí, 190 z nich přijde ze stávajícího skladu Lidlu ve městě Unna, který řetězec využívá již 25 let. Část pozemku koupil řetězec v polovině loňského roku, zbylých 24 hektarů odkoupil až poté, co se dohodl s okolními zemědělci. V první etapě by mělo být zprovozněno 107 tisíc m² plochy. Na ní bude stát 40 tisíc m² velký sklad a administrativní budova.

Centrum Chodov slaví 7. narozeniny

K příležitosti oslav sedmi let fungování připravilo Centrum Chodov slevové akce, soutěže i zábavní program. Oslavy zahájil v poledne 10. listopadu koncert a casting na Českou miss 2013. Narozeninové slevy nabídl zákazníkům např. prodejny Victoria Magic, CrocsTM, s.Oliver, Aldo, Palmers, Inglot, Spleen a Kiplingm či nově otevřená prodejna brazilské obuvi Via Uno. Pro zákazníky, kteří se účastní věrnostního programu obchodního centra, byla připravena speciální VIP zóna. Při nákupu v Centru Chodov v hodnotě nad 200 Kč ve dnech 27. října až 8. listopadu se lidé mohli zúčastnit soutěže o 77 700 Kč. Další soutěže k výročí připravilo obchodní centrum také na svých facebookových stránkách.



ČOI odhalila padělky za 62,4 milionu korun

Kontroloři České obchodní inspekce (ČOI) zabavili při kontrolách tržnic, kamenných a internetových obchodů od začátku roku do září více než 33 tisíc padělků značkového zboží v odhadované hodnotě 62,4 milionu korun. Informovala o tom mluvčí ČOI Jana Jelínková. Celkem pracovníci ČOI zkontrolovali 1166 provozoven. U 877 z nich zjistili porušení zákona o ochraně spotřebitele. Z nich byl u 343 prokázán prodej, nabídka nebo skladování padělků, tedy porušení některých práv duševního vlastnictví. Celková výše pokut, které ČOI od ledna do září za porušení zákona uložila, byla 5,07 milionu korun. „Ve správním řízení bylo rozhodnuto nejen o výši pokuty, ale současně i o propadnutí zboží, jeho následné likvidaci či předání k humanitárním účelům,“ dodala inspekce.

Nejvíce falzifikátů zjistil inspektorát ČOI v Jihomoravském a Zlínském kraji. Z celkového počtu 55 kontrol tu inspektoři našli padělky ve 42 případech a porušení zákona téměř u všech obchodníků, tedy v 54 případech.

Mobito v prodejnách Pompo a Sportissimo

Uživatelé služby Mobito mohou nyní platit mobilem v prvních velkých kamenných prodejnách – od 1. listopadu v síti hráčkářství Pompo, později pak v prodejnách Sportissimo. Na zavádění Mobita do kamenných prodejen spolupracuje Mopet CZ se společností Datec Retail Systems, která poskytuje pokladniční systémy a maloobchodní řešení i dalším obchodníkům. Od konce října se Mobito rozšířilo i do dopravy – uživatelé s ním zaplatí v desítkách vozů taxislužby Speed Cars Praha, kde je Mobito integrováno do tabletu řidiče. „Vstupem do segmentu kamenných obchodů a dopravy pokračujeme v naší strategii šíření Mobita jako univerzální platební metody. Naším záměrem je zákazníky doprovázet po celý den – od cesty do práce až po návrat domů,“ řekl Filip Zeman, generální ředitel společnosti Mopet CZ. „S příchodem Mobita se obchodníkům otevírají zcela nové možnosti prodeje, a to například odbavení zákazníka od jeho oslovení až po zaplacení vybraného zboží přímo na prodejní ploše,“ dodal Filip Zeman. V kamenných prodejnách Pompo a Sportissimo je Mobito integrováno vedle hotovosti a platebních karet přímo v pokladničním systému obchodníka. Z něho pak obchodník posílá zákazníkovi do Mobita účet k zaplacení. Ten pak účet ve svém Mobitu potvrdí svým osobním PIN kódem. Mobito je nová služba pro placení mobilním telefonem, jejíž vznik podpořili všichni mobilní operátoři (O2, T-Mobile, Vodafone) a čtyři banky (Česká spořitelna, GE Money Bank, Raiffeisenbank, UniCredit Bank).



Naším záměrem je zákazníky doprovázet po celý den – od cesty do práce až po návrat domů,“ řekl Filip Zeman, generální ředitel společnosti Mopet CZ. „S příchodem Mobita se obchodníkům otevírají zcela nové možnosti prodeje, a to například odbavení zákazníka od jeho oslovení až po zaplacení vybraného zboží přímo na prodejní ploše,“ dodal Filip Zeman. V kamenných prodejnách Pompo a Sportissimo je Mobito integrováno vedle hotovosti a platebních karet přímo v pokladničním systému obchodníka. Z něho pak obchodník posílá zákazníkovi do Mobita účet k zaplacení. Ten pak účet ve svém Mobitu potvrdí svým osobním PIN kódem. Mobito je nová služba pro placení mobilním telefonem, jejíž vznik podpořili všichni mobilní operátoři (O2, T-Mobile, Vodafone) a čtyři banky (Česká spořitelna, GE Money Bank, Raiffeisenbank, UniCredit Bank).

Albert v Králově Dvoře prošel rekonstrukcí

Rozsáhlou rekonstrukcí prošel v uplynulých dnech hypermarket Albert v Králově Dvoře v ulici Plzeňská. Prodejna byla uzavřena od 21. října do 7. listopadu. Nový koncept prodejny s plochou 3 233 m² nabízí tržiště s ovocem a zeleninou, pravidelné rybí trhy a zboží od lokálních dodavatelů.

Díky modernějším osvětlovacím tělesům ušetří prodejna 20 % energie pro osvětlení. Chladicí a mrazicí skříně jsou uzavřeny skleněnými dveřmi, které nejen šetří energii, ale také pomáhají udržovat prvotřídní kvalitu vystaveného zboží. Tepelné čerpadlo na zpětné využití tepla ze systému chlazení a nový systém řízení technologií ušetří 25 % z celkových nákladů na vytápění prodejny.

Zákazníci se nově mohou při nakupování osvěžit přímo na prodejní ploše pitnou vodou zdarma nebo mohou využít wifi připojení k internetu. Pro děti jsou připraveny interaktivní hračky.

Carrefour prodá malajské prodejny

Řetězec Carrefour 7. listopadu oznámil, že se stahuje z Malajsie. Své prodejny prodává největší japonské maloobchodní společnosti Aeon za 250 milionů eur. Tento krok je součástí aktuálního plánu společnosti zaměřit se pouze na své nejdělejší trhy. Carrefour se nedávno stáhl také ze Singapur, Řecka nebo Kolumbie. Na malajském maloobchodním trhu byl Carrefour čtvrtým největším hráčem. Provozoval tu 26 hypermarketů.

Rewe rozšiřuje dovážku i do Berlína

Po Hamburku, Frankfurtu, Düsseldorfu a Kolína nad Rýnem rozšiřuje německý retailer Rewe dovážkovou službu i do Berlína. Zákazníci, kteří si objednájí zboží na internetu, si budou moci určit, v kolik chtějí svůj nákup převzít v svých domovních dveřích. Na e-shopu nabízí Rewe většinu svého sortimentu – čerstvé potraviny, mléčné výrobky, masné výrobky, mražené potraviny, nápoje i drogerii a spotřební zboží. Ceny jsou stejné jako v kamenných obchodech. Zákazníci si mohou nákup objednat až 21 dní předem, objednávku mohou ještě několik dní před dovážkou libovolně měnit. Limit pro nákup je minimálně 40 eur, za dovážku zákazníci zaplatí 5 eur, první je zdarma.

FamilyMart otevřel v Indonésii

Japonský convenience řetězec FamilyMart vstupuje na nový trh. Podepsal smlouvu se společností Wings Group, která povede franšizu řetězce v Indonésii na předměstí hlavního města Jakarty. Prodejna otevře pod názvem FamilyMart Cibubur. Ve spojení s místním velkoobchodníkem a výrobcem hodlá poté zavádět značku i na další trhy jihovýchodní Asie. Wings Group řetězci poskytne svou logistickou síť, další infrastrukturu i know-how potřebné pro provoz maloobchodu v tomto regionu.

Personálie

Společnost Colliers International 1. listopadu oznámila jmenování Jonathana Cohena do funkce šéfa stavebního poradenství pro východní Evropu. Cohen bude sídlit ve Varšavě a převezme plnou odpovědnost za všechny stavebníporadenské služby v celém regionu střední a východní Evropy. To zahrnuje plně integrovanou nabídku stavebního poradenství včetně technického poradenství, designu, projekt managementu, řízení nákladů, environmentální a technické due diligence. Jonathan Cohen má 25 let zkušeností v oboru, předtím působil jako konzultant i jako developer ve společnostech jako Gleeds, QPG (Avestus) a CBRE.