

REGAL *line*

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 26/10, 20. 6. 2010

Maloobchodní trh v Brně přeje zavedeným centrům

Na jeden tisíc obyvatel v Brně připadá 754 m² maloobchodních ploch. V Ostravě je to například 553 m², v Plzni 1073 m² a 1208 m² v Liberci. Celkem mají retailové projekty v jihomoravské metropoli kapacitu 280 tisíc. m². Některá stávající obchodní centra ohlásila rozšíření, jiná se mají začít teprve stavět. To vše v době, kdy výdaje zákazníků na Brněnsku byly v meziročním srovnání přibližně o 10 % nižší. Některým obchodním centrům se však daří zmenšení „nákupního košíku“ kompenzovat vyšší návštěvností. „V konečném důsledku tak většina našich nájemců dosáhla na jaře lepších obrátů než loni touto dobou,“ říká Tomáš Jandík, asset manažer DTZ, zodpovědný za správu Nákupního centra Královo Pole v Brně (NCKP).

Podle vedení tohoto třetího nejnavštěvovanějšího centra v Brně stojí za úspěšným vývojem posledních měsíců investice, zlepšení marketingu i mnohem aktivnější spolupráce s nájemci. „Praxe ukazuje, že efekt přináší především slevové akce, ideálně v koordinaci s maximem nájemců, a také celoroční oslovování komunity ze spádové oblasti,“ doplňuje Petr Hloušek, marketingový manažer NCKP.

Kromě Nákupního centra Královo Pole s klíčovým nájemcem Tesco figurují podle výzkumu Incoma GfK v první trojici nejoblíbenějších obchodních center ještě Galerie Vaňkovka a brněnská Olympia. Právě Vaňkovka a také např. Avion Shopping Park Brno plánují do dvou let expanzi, NCKP připravuje obnovu food courtu a zaznamenalo další stavební úpravy. Výhledově se chystají i zcela nové projekty, např. Aupark Brno a Carina Retail Park Štýřice. Podle Lenky Hartmanové, analytičky DTZ, v některých lokalitách Brna je ještě potenciál pro výstavbu menších „sousedských“ convenience center a center orientujících se na menší spádovou oblast z rezidenční oblasti v těsném sousedství. „Dalším trendem bude do budoucna i v jiných městech rozšiřování stávajících zavedených center v dobrých lokalitách,“ konstatuje. Cestou je rovněž zkvalitňování mixu nájemců. V případě Králova Pole se daří udržet značky jako Sportissimo, Orsay, Takko, Deichman, Marionnaud nebo Yves Rocher a postupně obsazovat prázdné jednotky.



Thajská kuchyně v hypermarketech Tesco

Obchodní oddělení velvyslanectví Thajského království v Praze a společnost F.W.Tandoori připravují na letošní září pro zákazníky pěti pražských hypermarketů Tesco ochutnávky tradičních thajských pokrmů. Proběhnou postupně, vždy od 10 do 18 hodin: Tesco Letňany (11.–12. 9.), Tesco Eden (13.–14. 9.), Tesco Skalka (15.–16. 9.), Tesco Smíchov (17.–18. 9.) a Tesco Zličín (19.–20. 9.). „V hypermarketu bude instalován stánek v tradičním thajském designu, ve kterém budou thajští kuchaři, za použití originálních thajských ingrediencí značky Exotic Food, připravovat přímo před zákazníky typické thajské speciality na elektrickém woku,“ říká Michal Feitl, výkonný ředitel, F.W.Tandoori.

Továrna Becherovky otevřena

Dne 23. 6. byl za účasti ministra zemědělství, ministra pro místní rozvoj, hejtmána Karlovarského kraje a primátora Karlových Varů slavnostně otevřen nový provoz společnosti Jan Becher-Karlovarská Becherovka. Vyrostl během posledních 12 měsíců v Karlových Varech – Bohaticích a kromě výrobní haly (1440 m²) ho tvoří další tři menší objekty. Celková investice přesáhla 100 mil. Kč. Ostrá výroba by se měla rozjet v září. „Při výstavbě jsme kladli vysoké požadavky na výrobní a technologické podmínky pro zachování kvality a chuti Becherovky, dále na prevenci jakýchkoliv nežádoucích vlivů výroby na životní prostředí a samozřejmě na bezpečnost provozu. Továrna je vybavena nejmodernějším protipožárním zařízením, které odpovídá požadavkům největší průmyslové pojišťovny FM Global. Všechny parametry našeho nového výrobního provozu tak patří ke světové špičce,“ říká provozní ředitel Vladimír Darebník.



Regal 6-7/2010

vyšel 17. 6.

V čísle mj. najdete:

- Obchody budoucnosti
- Farmářské trhy
- Výrobky pro zdraví
- Vlasová kosmetika



Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Projekt „Cotton made in Africa“

Tchibo zahájilo společně s nadací Aid by Trade Foundation školní projekt v africkém Beninu. Projekt Public Privat Partnership (PPP), který je od července realizován ve spolupráci se Společností pro technickou spolupráci (GTZ) a Německou investiční a rozvojovou společností (DEG), má zlepšit školní infrastrukturu a kvalitu vyučování v šesti obcích této země. Prvním opatřením je poskytnutí 10 tisíc školních uniforem, které byly ušity z odpovědně vyrobené bavlny v rámci iniciativy „Cotton made in Africa“ přímo v místě. Firma podporuje tento projekt od roku 2008 a je dnes největším odběratelem africké bavlny na světě. Od 9. 6. nabízí Tchibo pestrou módní kolekci inspirovanou barvami Afriky. Další výrobky z této společensky odpovědné bavlny se budou dostávat do prodejní sítě i v průběhu roku. Např. v týdnu od 19. 7. to je vedle oblečení nově i ložní povlečení z bavlny „Cotton made in Africa“.

Marks & Spencer bez umělých barviv a příchutí

Marks & Spencer jako první britský maloobchodní řetězec přestal přidávat umělá barviva a příchutě do veškerých svých potravin a nápojů. Úspěšně dokončený projekt je v souladu s Plánem A, pětiletým etickým a ekologickým programem, ve kterém se společnost zavázala mimo jiné prodávat zdravé a nutričně vyvážené potraviny a hotová jídla. Již v říjnu 2005 odstranila firma z výroby mražených hotových jídel všechna umělá barviva a příchutě. Od března 2006 přestal retailer používat ve svých potravinách ztužené tuky a nahradil je zdravějšími rostlinnými oleji.

Bacardi oceněn za kvalitu

Prémiový rum Bacardi získal ocenění International High Quality Trophy pro svoje značky Bacardi Gold, Bacardi 8 a Bacardi Reserva Limitada. Potvrdil tak svoje prvenství jako „nejoceňovanější rum na světě“. Prestižní Monde Selection International Institute for

(Pokračování na stránce 2)

Léto s Malibu

Karibský líkér Malibu rozjela sérii 300 promočních akcí, které budou během letních prázdnin probíhat v klubech a barech po celé republice. Základem je koncept „Malibu By U“, kdy si spotřebitel může sám graficky ztvárnit Malibu dárky, které za konzumaci Malibu drinků získá. Dárky jsou proto čistě bílé a v podnicích budou k dispozici zvýrazňovače ve čtyřech Malibu barvách, díky nimž si je spotřebitelé budou dotvářet (koncept By U). „V průběhu léta chceme našim spotřebitelům vysvětlit, jak s konceptem Malibu By U pracovat. Na podzim totiž plánujeme v off-tradu představit limitovanou edici dárkového balení Malibu By U,“ uvádí Michaela Michalová, brand manažerka značky. Zapojené bary a kluby budou mít v nabídce šest letních Malibu drinků. Spolu s dárkem si ti, kdo si je objednájí, odnesou i koktejlovou knížku s recepturami.



Čeští zemědělci brojí proti zahraniční konkurenci

Český trh se v posledních letech potýká s velkým přílivem zahraničních produktů. Tato skutečnost se dotýká především domácích pěstitelů ovoce a zeleniny, kteří jsou mimo to znevýhodněni ještě nedostatečnými státními dotacemi a neulehčováním tohoto podnikání jako takového. Domácí zemědělci proto přicházejí s propagací ryze české, zdravější zeleniny IPZ (Integrovaná produkce zeleniny), aby svou konkurenční výhodu zvýšili. Jedním z největších odběratelů je řetězec Penny Market, který zeleninu IPZ nabízí již od loňského léta a jako jeden z mála prodejců zeleninu řádně označuje, v tomto případě speciální zelenou cenovkou s logem IPZ. V roce 2009 činil obrát této komodity 83 mil. Kč v nákupních cenách. Více na www.zelinarska-unie.cz.

Trendy na trhu pracích a čisticích prostředků

Český trh pracích a čisticích prostředků v roce 2009 procházel nepříznivými vlivy krize. Lídr trhu, společnost Henkel, s téměř 40% podílem na trhu pracích a čisticích prostředků, udržela svou vedoucí pozici. Vloni se zaměřila na výrobky, které spotřebitelům poskytnou dodatečný benefit spojený s ekonomickou krizí, především možnost úspor elektrické energie při praní a mytí nádobí v myčkách.

V oblasti mytí nádobí v myčkách otevřela i nový segment gelů. Na konci června firma uvedla na trh další novinku, Persil Fresh Pearls by Silan. „Tento prací prostředek v sobě spojuje nejnovější technologii parfémovaných perel známou z oblíbené řady aviváží Silan s řadou pracích prostředků Persil Cold Active,“ dodává Roman Kýr, marketingový manažer divize pracích a čisticích prostředků Henkel ČR.



Krušovice – 40 tisíc prodaných piv

Koncem června proběhl v Praze hudební festival United Islands, jehož hlavním partnerem byla pivní značka Krušovice, která zde představila své nové produktové portfolio s vylepšenou chutí. Inovovaná krušovičká receptura zachutnala, prodalo se více než 40 tisíc piv. Návštěvníky čekal kromě pivních stánků s točenými Krušovicemi také zážitkový stan, kde mohli ochutnat všechny vylepšené produkty z Krušovic, kromě Desítky také např. pivo Mušketýr, Ležák, Staročeský Malvaz a krušovičké Černé, dozvědět se něco o tradici piva Krušovice a zasoutěžit si o trička s logem Krušovic nebo sud nové Desítky. Měli také možnost krušovičké pivo ochutnat na plovoucím pontonu umístěném na Vltavě naproti Národnímu divadlu.

Miniboxy jako řešení pro klidné léto

Z důvodu letních dovolených stále více obyvatel Prahy využívá možnost úschovy cenností do miniboxů (1x1 m²), kterou nabízí společnost City Self-Storage. Tato služba je vysoce hodnocena hlavně pro svou bezpečnost, rychlost ve vyřízení pronájmu a časovou neomezenost úschovy. City Self-Storage vykazuje již opakovaně více než 90% obsazenost miniboxů právě v létě. „Lidé, kteří odjíždějí na letní dovolenou, si pronajímají minibox kvůli drobnějším cenným předmětům, které pro ně mají hodnotu,“ říká Soňa Fialová, ředitelka české pobočky City Self-Storage. Během roku firma prosperuje jak z korporátních zákazníků, tak z privátních klientů, u kterých v létě navíc narůstá zájem o krátkodobé uskladnění v miniboxech.

Hnutí Friends of Glass

Mezinárodní neziskové sdružení Evropská federace výrobců obalového skla (FEVE), která má v současné době 59 členů z řad výrobců skla, skleněných obalů nebo skleněného nádobí ve 23 zemích Evropy, je iniciátorem hnutí Friends of Glass. Jeho cílem je podpora skla jako nejlepší-

(Pokračování na stránce 3)

(Pokračování ze stránky 1)

Quality Selections uděluje tuto poctu produktům, které získají úroveň nejvyšší kvality tři roky po sobě. „Toto ocenění dokazuje závazek a obětavost Bacardi k výrobě řady rumů s výjimečnou kvalitou a výbornou chutí,“ říká Luis Planas, master blender rumu Bacardi. Bacardi má dobře zdokumentovanou historii již od svého založení v roce 1862 v Santiagu de Cuba, kdy Don Facundo Bacardi Massó vytvořil jako první na světě rum lehké chuti.

POPAI Awards Paris 2010

Letošní ročník celoevropské POP soutěže POPAI Awards Paris 2010 vyvrcholil 24. června slavnostním večerem v Paříži, na kterém finalisté soutěže v jednotlivých kategoriích převzali ocenění v podobě bronzové, stříbrné nebo zlaté sošky Indiána. K nejuspěšnějším realizacím, které se zařadily mezi nejlepší v Evropě, byly exponáty členů POPAI CE. Česká společnost Story Design se může pochlubit dvěma cenami: bronzové ocenění v kategorii „Služby“ získal exponát „Opláštění bankomatů GE Money Bank“ a další bronz byl udělen exponátu „Světelný stojan na vysavače Philips“ v kategorii „Elektrické spotřebiče“. Vítězem v kategorii „Elektronika pro domácnost“ se stala realizace „Display HIFI“ polské firmy ATS Display, která je také členem POPAI CE. Dalším úspěšným finalistou z ČR byla firma Unibon. Za exponát „X stojan pro Nokii“ si odnesla bronzovou sošku Indiána v kategorii „Mobilní elektronika“.

Společnost Edenred na pařížské burze

Vydavatel stravenek Ticket Restaurant, společnost Edenred, vstoupila na pařížskou burzu. S akciemi se na burze Euronext obchoduje od 2. 7. Tento krok následuje poté, co se původní firma Accor rozdělila rozhodnutím akcionářů na valné hromadě z 29. 6. do dvou samostatných divízií. První s původním názvem Accor se bude nadále zabývat hotelovým byznysem (např. hotelové sítě Novotel, Sofitel a Ibis). Druhá společnost Edenred působí na trhu předplacených poukázek na služby.

Po valné hromadě poprvé zasedlo představenstvo společností Edenred. Předsedou představenstva a zároveň generálním ředitelem společnosti byl jmenován Jacques Stern. Prvním místopředsedou představenstva je Philippe Citerne.

Globální expanze je nutností

Pomalý růst, výrazné slevy a stále nevypočítatelnější zákazníci na recesi postižených trzích znamenají, že maloobchodníci by se měli podle 9. indexu obsaženého ve výroční studii celosvětového vývoje maloobchodu (GRDI) vypracované společností A.T. Kearney zabývat se manažerským poradenstvím, stále více zaměřovat na mezinárodní expanzi.

„Ředitelé maloobchodních společností opět zjistili, že klíčové trhy jako USA a Evropa

(Pokračování na stránce 3)

(Pokračování ze stránky 2)

ho materiálu pro zdraví lidí i přírodu. „Vyzýváme všechny, aby se připojili k lidem, kterým nejsou zdraví a životní prostředí lhostejné. Je to mimořádně důležité, protože kdyby tady nebyl nikdo, kdo o to dbá, sklo by pomalu z našeho života vymizelo. Sklo je jediný obalový materiál, který se dá stoprocentně recyklovat. Navíc je bezpečné a dokonale chrání svůj obsah, takže potraviny a nápoje v něm zůstávají naprosto čerstvé,“ dodává Gregor Gábel, ředitel sklárny Vetropack Moravia Glass, která se k hnutí připojila. Více na www.friendsofglass.cz.

První „retro“ kavárna Starbucks v ČR

Starbucks Coffee Company a její joint venture partner AmRest Holdings SE otevřely 2. 7. v Praze svou první „retro“ kavárnu, a to v horní části Václavského náměstí. Nový koncept kavárny zavede hosty ke kořenům historie kávy a kávového řemesla a přináší atmosféru legendární kavárny Starbucks Pike Place v Seattlu, otevřená v roce 1971. Tento okamžik, který zahajuje novou kapitolu Starbucks, doprovází i nová letní nabídka džusů a zrnkové africké kávy z Tanzánie, a to ve všech kavárnách Starbucks od 6. 7. Starbucks má v ČR zatím 11 kaváren. Podle Vladana Armuse, Starbucks brand president pro region střední a východní Evropy, bude expanze i nadále pokračovat.



Češi chtějí tradiční víno z jižní Moravy

Na českém trhu se intenzivně prosazují vína z jižní Moravy, která konkurují vínům francouzským, španělským a italským. Tradiční moravské vinařství produkuje moderní vína nového stylu, která oceňují odborníci i konzumenti, kteří jim dávají stále častěji přednost před víny ze zahraničí. Spotřebitelé si čím dál častěji vybírají jihomoravská vína, zvláště ta, která získala prestižní ocenění v soutěžích. „Jihomoravská vína mají dlouholetou tradici a lidé to moc dobře vědí. Díky tomu, že se naše vína distribují po celé republice a dají se koupit i v supermarketech, mají k nim spotřebitelé snadnou cestu,“ doplňuje Karel Lyčka, generální ředitel společnosti Vinium Velké Pavlovice a České vinařské závody. Dodává, že pouze za letošní rok jejich produkty získaly zatím 48 medailí z prestižních národních i mezinárodních soutěží.

Bernard vyzývá Birell

Rodinný pivovar Bernard se rozhodl zareagovat na reklamní kampaň Plzeňského Prazdroje, v níž o značce Birell tvrdí, že „Chutí převyšuje ostatní“. „My si to nemyslíme. Ale pokud to Plzeňský Prazdroj o Birellu tvrdí, ať to dokáže v přímém degustačním souboji s naším nealkoholickým pivem Bernard s čistou hlavou, a proto jej vyzýváme na souboj,“ říká generální ředitel pivovaru Stanislav Bernard. Garantem duelu bude nezávislý subjekt, Sdružení přátel piva, který vybere 25 degustátorů. Ti ve slepém testu určí, které z těchto piv jim více chutná. Vítěz duelu bude stanoven prostým součtem hlasů. „K rukám generálního ředitele Plzeňského Prazdroje jsme zaslali otevřený dopis s výzvou a jeho odpověď očekáváme nejspíše do 20. července. Pokud tak neučiní, zvážíme další postup,“ dodává Stanislav Bernard.



Bill Samuels vedl seminář o amerických whiskey

Známa osobnost v oblasti výroby bourbonu a prezident společnosti Maker's Mark Bill Samuels vedl v Praze seminář o amerických whiskey, který se uskutečnil v rezidenci velvyslance USA dne 15. 7. Hostitelem semináře, jehož pořadatelem byl Distilled Spirits Council of the United States (Úřad pro destiláty Spojených států amerických), byl velvyslanec USA z pověření John Ordway.

Seminář měl za cíl informovat vybrané hosty o chuti, stylu a slavné historii americké whiskey. Součástí byla také ochutnávka těch nejkvalitnějších druhů whiskey a ukázka míchání koktejlů s whiskey. Následovala recepce, kde hosté mohli ochutnat další americké produkty a koktejly, jejichž receptury byly připraveny výhradně pro tuto příležitost.



(Pokračování ze stránky 2)

nejso nástroji růstu podle jejich představ,“ říká Hana Ben-Shabat, spolumajitelka společnosti A.T. Kearney a jedna z autorů studie. „Spoléhat tedy na rozvojové země není pro zajištění budoucího růstu jen žádoucí, nýbrž naprosto nezbytné. Zahajování činností v portfoliu malých i velkých zemí nabízí maloobchodníkům cestu k celosvětovému úspěchu.“

Jungheinrich se sníženým hlukem

Jungheinrich uvedl na trh novou verzi svého elektrického ručně vedeného nízkozdvizného vozíku EJE 116, který zahrnuje různá opatření pro snížení obvyklé hladiny hluku při jízdě a zdvihu. Vozík EJE 116 „Silent Drive“ najde své využití především v potravinářských obchodech, kde záleží na minimální hladině hluku vozidel. „To je účelné např. při ranním zásobování filiálek v oblastech s bytovou zástavbou,“ vysvětluje Stefan Hirt, vedoucí výrobního managementu ručně vedených vozíků u firmy Jungheinrich. Vozík dosahuje v nové verzi snížení hladiny hluku na hodnotu pouhých 59 dB.

Personálie

- Maloobchodní síť prodejen Albert jmenovala Michala Pavelku viceprezidentem pro operační oddělení. Nové pozice se ujal 1. 7. a je v ní odpovědný za provoz sítě prodejen Albert v ČR. Nahradil Bucka van der Werfa, který odešel do vedení společnosti Albert Heijn v Nizozemsku. Michal Pavelka bude ve své nové roli koordinovat provoz prodejen Albert a jako člen vedení společnosti bude přímo odpovědný generálnímu řediteli značky Albert v ČR. Před svým příchodem zastával od roku 2003 pozici ředitele provozu v české pobočce Kauflandu, předtím také působil ve společnosti Billa.

- Novým finančním ředitelem Tesco Stores ČR se stal Steven Strachota. Na své pozici je zodpovědný za vedení finančního a daňového oddělení včetně Tesco Finančních služeb. Přišel ze společnosti Cadbury, kde pracoval sedm let. Nejprve jako finanční a strategický ředitel globálního zásobování, poté jako finanční a strategický ředitel pro Rusko a post-sovětské země a nakonec jako generální ředitel. Předtím pracoval třináct let na různých pozicích pro Procter & Gamble.

- Novým generálním ředitelem společnosti Vinium Velké Pavlovice a České vinařské závody se stal Karel Lyčka. Přichází po dvou letech strávených v Polsku, kde pracoval jako managing director pobočky německého koncernu Teekanne. Za dvacet let praxe v podnicích zaměřených na výrobu rychoobrátkového zboží působil nejen v Polsku a v Belgii, ale také v České republice na pozicích zaměřených na prodej a marketing.