

Praha, 19. dubna 2006

REWE Group investuje v Česku 130 milionů EUR

Celoplošná expanze pomocí Penny a Billa

Investicemi, které budou v příštích třech až pěti letech přesahovat 130 milionů EUR posílí REWE Group svou dobrou pozici na velmi kompetitivním českém trhu s potravinami. Tato podnikatelská skupina z Kolína nad Rýnem je svými 160 pobočkami Penny v Česku vedoucím discountovým hráčem, zatímco 77 moderních marketů Billa zaujímá v oblasti supermarketů špičkové místo mezi třemi nejlepšími v Česku. Se svými 6.300 zaměstnanci dosáhla REWE Group vloni v Česku obratu ve výši 665 milionů Eur. Nárůst o 2 procenta je o to potěšitelnější, protože hospodářská soutěž na pátém největším trhu ve střední a východní Evropě je ohledně intenzity srovnatelná se západoevropskými státy jako je Spolková republika Německo.

Jen na letošní rok jsou plánovány investice ve výši cca. 30 milionů Eur. To znamená, že celostátní síť bude rozšířena o 16 marketů – jedenáct poboček Penny a pět supermarketů Billa. Dalším těžištěm investic budou logistika a procesové řetězce. Cílem je uplatnit na všech stupních - od nákupu zboží až po pulty v marketech - moderní systémy s cílem dodatečně posílit konkurenceschopnost stanovišť, jak Alain Caparros, člen představenstva REWE Group odpovědný za zahraniční obchod, prohlásil ve středu (19.4.) v rámci tiskové konference v Praze. Česko je zajímavý trh, na němž panuje velmi tvrdý boj.

První pětka na českém trhu jsou distribuční linky mezinárodně činných koncernů. Ty ovšem nemají ani 50% podíl na trhu s institucionalizovaným obchodem s potravinami. „Koncentrační proces je vzhledem k této poměrně nízké kvótě, která v Evropě dosahuje až 95%, nevyhnutelný. Jako číslo 3 evropského obchodu je REWE Group v soutěži o zákaznickou přízeň dobře situovaná, říká pan Caparros.

Sumou přesahující 90 milionů EUR bude pozice marketu Billa v příštím roce dále posílena. Zhruba 40 milionů EUR potečou do expanze jedničky na trhu Penny na plochy od 700 do 1.000 metrů čtverečních.

Česko bude hrát v internacionalizační strategii už na základě své centrální polohy důležitou úlohu. V nastávajících letech rozšíří REWE Group svůj zahraniční podíl z 32 na 50 procent. Tento celkový vývoj propůjčí i naší angažovanosti v Česku dodatečnou údernou sílu, prohlásil Alain Caparros.

Penny se chápe jako český discounter

Od vstupu na trh roku 1997 se Penny cílevědomě vyšvihl na vedoucí příčku české discountové branže. Hlavním důvodem tohoto úspěchu je nabídka sortimentu orientující se podle potřeb českého zákazníka: sortiment Penny, čítající cca. 1.250 položek, se skládá ze zhruba 350 vlastních a 800 jak značkových, tak průmyslových druhů zboží. Většinu potravin přitom tvoří české produkty, které jsou nakupovány na domácím trhu. „Penny se považuje za českého discountera a nikoli jako prodejna zboží, dováženého např. z Polska. „Tím jsme dobře vystihli vkus našich zákazníků“, prohlásil Klaus Schneider, odpovědný územní manažer. Silné ztotožnění se zemí se odráží i ve struktuře více než 2.500 původem českých zaměstnanců.

Na základě odhadů předpokládáme, že podíl discounterů na českém trhu s potravinami v příštích letech vzroste o pět až deset procent na 25 procent. Navzdory tomuto nárůstu dojde přesto k zostření konkurence. Proto sází Penny nejen na vedoucí pozici v oblasti sortimentu a cen, nýbrž usiluje i o špičkovou pozici v oblasti logistiky a managementu nákladů. Pro optimalizaci dopravních nákladů disponuje Penny už dnes v Jirnáčích a Lipníku dvěma moderními stanovišti pro sklady s celkovou plochou 40.000 čtverečních metrů.

V případě marketu Billa to může být o něco víc

Pod mezinárodně úspěšnou značkou „Billa“ provozuje REWE Group od roku 1991 supermarkety v Česku. Síť filiálek zahrnuje mezitím 77 stanovišť s celkem 2.243 zaměstnanci. Největší hustotu má Billa v Čechách (41 stanovišť), dále na Moravě (26) a v Moravském Slezsku (10). V letošním roce k tomu přistoupí pět nových marketů.

V popředí stojí kvalitativní, na trvalosti se orientující růst. Expanze není ani samoúčelností, ani snahou o co největší počty. Naším cílem je výkonná distribuční síť, skládající se z konkurenceschopných a na zákazníka orientovaných poboček. Stanoviště, která ohledně hloubky, šířky a kvality prezentace sortimentu nebudou vyhovovat vysokým požadavkům na ně kladeným, budou modernizována, řekl v Praze územní manažer Billa marketů.

Strategický význam přiznává Billa sortimentu. V marketech jsou nabízeny jak discountované produkty, tak nákladné průmyslové značkové výrobky. Dvoumístným nárůstem obrátu se stávají oblasti, jako např. ovoce a zelenina, maso a uzeniny jakož i lahůdky s „image-tvornými“ vývěsními štíty supermarketů Billa. Více než 700 (sedmi sty) informačními kurzy ročně

poskytuje Billa svým spolupracovníkům školení v tématických oblastech, jako jsou orientace na zákazníka nebo kvalita managementu. Další pozornost věnuje Billa optimalizaci logistické sítě a procesům.

Potenciál pro nové filiálky spatřuje vedení firmy Billa v menších a středních městech. Tamní stanoviště se vyvíjejí příznivě, počet zákazníků a obrat rostou. Zkoumá se, kde lze tento potenciál ještě zvýšit s cílem, tyto niše systematicky a rozhodně obsadit.

REWE Group: v Evropě číslo 3

REWE Group je obratem ve výši 41,7 miliard EUR, 260.594 zaměstnanci a 11.804 markety v Německu a 13 evropských zemích číslo tři v evropském obchodě. Více než 32 procent obratu generuje REWE Group ve svých zahraničních marketech. Ve východní Evropě má REWE Group svým supermarketovým formátem Billa, tvrdým discounterem Penny, mega-discounterem XXL jakož i Cash&Carry velkoobchodními markety Selgros zvýšila svůj obrat v Bulharsku, Maďarsku, Polsku, Česku, Slovensku, Chorvatsku, Rusku, Rumunsku a Ukrajině roku 2005 o více než 15 procent na 3 miliardy EUR.

V případě dotazů se obračejte na:

Wolfram Schmuck, tiskového mluvčího REWE Group

Tel. 0049 221/149.1050, mobil: 0049 172/2079945, Fax: 0049 221/13 88 98

presse@rewe-group.com

www.rewe-group.cz