

Fransízy

Zmrzlina i jazyková škola: do Česka míří desítky nových značek

Formou franšiz funguje v Česku přes dvě stovky značek

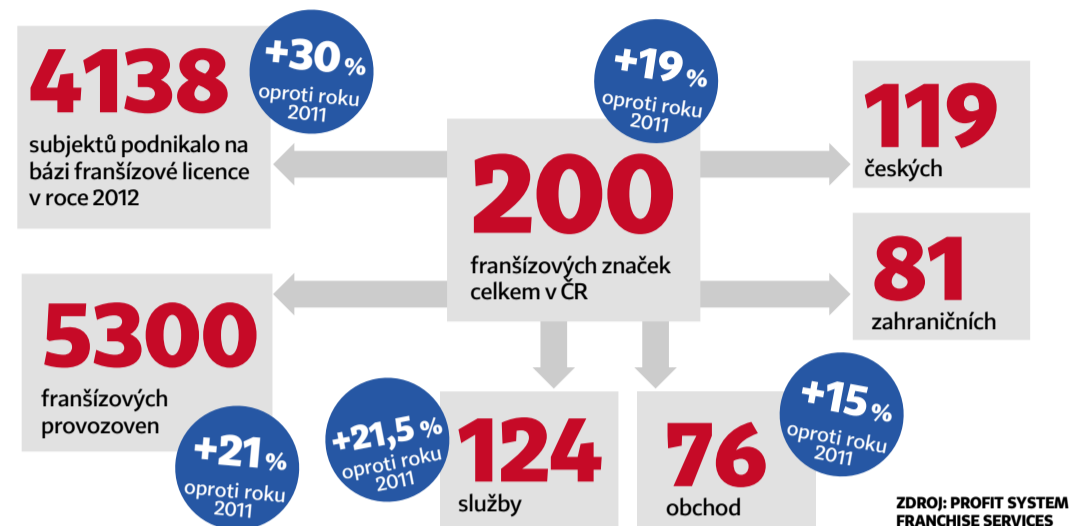
Novinkou mají být příští rok zmrzlinárny Cold Stone

Michal Šenk
michal.senk@economia.cz

Obsluha cukráren Cold Stone Creamery by měla být skutečně všestranná. Kromě toho, že zákazníkovi umíchá zmrzlinu, by si měla umět třeba zažonglovat a vše doprovodit tancem a zpěvem. Jak to bude vypadat ve skutečnosti, poznají čeští zákazníci už příští rok. Řetězec Cold Stone Creamery totiž intenzivně pracuje na svém příchodu do Česka.

Porce zmrzliny, což je stěžejní sortiment cukrárny, stojí v jejích amerických prodejnách okolo pěti dolarů. Cenový ekvivalent v korunách, tedy asi stovku za kopeček, chce Cold Stone nasadit i pro Česko. „Češi si rádi připlatí za kvalitní věci,“ je si jistý zástupce značek Eddy Jimenez.

Fransízový trh v ČR v roce 2012



Americký brand ale při jeho expanzi do Evropy de facto povede česká firma. Takzvaný master franšizant přebere know how celého konceptu, bude mít k dispozici veškerou podporu americké „matky“. Zároveň bude mít ale volné ruce v tom vyvinout produktovou řadu nebo třeba specifickou lokální příchuť zmrzliny a dál s licenci na tuzemském trhu s novými zájemci o

cukrárnu obchodovat. Zaplatí za to odhadem (podle referenčních cen podobných obchodů) několik milionů korun na prvním poplatku a později jednotky procent z obrátu.

Lákavé Česko

Atraktivitu českého trhu pro rozšíření svého působení necítí momentálně jen Cold Stone Creamery.

Us. At už je ale obor jakýkoli, firmy, které se o vstup na český trh prostřednictvím franšizingu ucházejí mají podle analytika Retail Planet Miloše Ryby společně jedno: „Větší země obsadili, teď jdou do menších.“

Podobně před časem k uvažování o vstupu do Česka pro HN hovořil i šéf expanze restauračního řetězce Chuck E. Cheese's Carlos de León. „Americký trh je nasycený, jestli si chceme udržet profit, musíme ven. Nechceme sami sebe kanibalizovat,“ uvedl.

Česko zahraniční majitele franšiz láká. A nejen kvůli tomu, že si lidé zmrzlinu za stovku mohou dovolit spíš než před deseti nebo dvaceti lety. Formu franšizingu volí zahraniční firmy z toho důvodu, že znamená prakticky nulové riziko a potenciál relativně rychlé expanze s minimálními náklady na trhu, který nemusejí zvládnout.

„Dřív firmy, když šly na nový trh, tak tam i jako franšizanti šly za sebe, v pokrizových letech je prodej licencí velmi populární formou rozšíření pole působnosti firm. Někde, kde krize pominula a kde region slibuje zase jistější zisky a rychlejší návratnost, jako třeba v arabských zemích, už je naopak patrný návrat k dřívějším způsobům, když majitelé licencí od pro-

vozovatelů svých franšiz, odkupují značky zase zpět, protože se začíná víc vyplácet podnikání na sebe,“ upozorňuje Ryba. To ovšem zatím není český případ.

České firmy jsou do zahraničí

Paralelně se zájmem zavedených zahraničních brandů ale podle odhadů expertů poroste i trh ryze českých franšiz. To byl ostatně i trend posledních let. Z celkem 200 značek, které touto formou v Česku podnikaly v loňském roce, bylo v českých rukou 60 procent. O rok dříve to bylo 55 procent z 168 značek.

Navíc i úspěšné české franšizové koncepty myslí v řadě případů na zahraniční expanzi. „Nejčastěji si vybírají okolní státy. Na Slovensko kde odpadá jazyková bariéra, zde se rozšiřuje pomocí franšizingu koncept výživoých poraden Svět zdraví nebo realitní kancelář Evropa. V Německu a Rakousku už působí řetězec The Pub. Třeba gastronomický franšizový koncept restaurant Švejk ale expandoval do Ruska,“ shrnuje výkonná manažerka České asociace franchisingu Petra Ritschelová. Podobně Dobrá čajovna aktuálně zvažuje možnosti vstupu na irský trh.

„Na světě je franšizových firem přes šestnáct tisíc, v Česku jich momentálně působí něco málo přes dvě stovky, během letošního a příštího roku by jich mohlo být celkem až 250,“ počítá Aleš Tulpa, poradce z Avex Systems, který zprostředkovává franšizové obchody v Česku.

„Nám srovnatelné trhy jako Belgie nebo Portugalsko mají systémem franšiz obchodováno kolem čtyř stovek značek a konceptů. Zájem o franšizing u nás proto poroste,“ soudí Tulpa.

Cestovní ruch

V předprodejích zájezdy nezdrazují, ceny last minutů kvůli kurzu můžou růst

Olga Skalková
olga.skalkova@economia.cz

Oslabená koruna se nepromítá do cen zahraničních zájezdů na hory a k dalekým mořím, které cestovní kanceláře prodávají na letošní zimu. Stejně výhodné jako loni zůstaly i dovolené na léto v současných nabídkách cestovek. Zdražit ale mohou dovolené na last minute. Alespoň se na tom shodují zástupci významných cestovních kanceláří v reakci na dopad měnových intervencí, ke kterým se ČNB rozhodla minulý týden.

Cestovní kanceláře za hotely, letadla i další služby platí v eurech, za zájezdy ale inkasují koruny. ČNB uvedla, že se bude kurz české měny dlouhodobě držet kolem 27 korun za euro. Část potřebných kapacit však cestovní kanceláře nakoupily už v létě, kdy euro bylo zhruba o 1,20 koruny levnější. Cestovky proto nyní nemusejí zdražovat.

A udržení cen pro klienty je dokonce součástí rozbíhající se kampaní na předprodeje dovolených na příští letní sezonu.

„Všem, kteří podepíší smlouvu v prodejích na první moment, garantujeme, že jim cenu nezměníme, ani kdyby koruna oslabil ještě víc než teď. Katalogové ceny zájezdů jsme nechali na stejné úrovni a do konce února na ně dáváme slevy minimálně patnáct procent,“ tvrdí Stanislav Zima, obchodní ředitel Exim tours, která spustila předprodeje na léto včera. „Část našich peněz máme rozložena v eurech a do dalších měsíců a i to nám umožňuje klienty před oslabením koruny uchránit,“ dodal Zima.

Jiná ale může být podle něj situace v létě. „Na lastminutové zájezdy dokupujeme ubytovací kapacity k volným sedačkám v letadle za aktuální ceny. Když bude současný kurz přetrvávat, tak cestovní kanceláře budou muset ceny zvýšit v rozsahu zhruba 10 procent,“ dodal Zima.

Také CK Fischer se drží ceny zájezdů v prodeji na první moment beze změny. Dříve či později podle ní ale zájezdy zdraží. „S cenami zatím hýbat nebudeme. V řádu týdnů máme mechanismy, jak kurzovou změnu do cen nepromítnout. Pokud se potvrdí strategie ČNB, mohu směle říct, že toto je konec levným zájezdům a klienti mají poslední šanci koupit dovolenou na rok 2014 levněji v rámci first momentu,“ prohlašuje Miloslav Vyhnan, předseda představenstva CK Fischer. U lastminutových zájezdů v létě Vyhnan odhadl zdražení od pěti až 10 procent. Dražší mohou být podle něj dokonce už last minute na lyže.

Další velké kanceláře Čedok a Alexandria ceny na léto dosud nezveřejnily. K výraznějším změnám by podle nich dojít nemělo. „Kurz koruny může mít maximálně vliv na ceny letních last minutů. V jaké míře, to ukáže teprve čas,“ myslí si mluvčí Čedoku Tomáš Břejcha.

ŠKODA AUTO ZAČALA VYRÁBĚT NOVÝ YETI



V Kvasinách se včera rozjela výroba modernizované Škody Yeti. Nový vzhled a drobné změny by měly auto ztraktivit proti stále silnější konkurenci v kategorii kompaktních SUV. Novinkou je snaha Škody cílit dvěma různými tvářemi vozu na rozdílné skupiny zákazníků. Vozy SUV kupují hlavně lidé, kteří chtějí auto s vyšší stavbou do městského provozu, a lidé, kteří hledají vůz, se kterým se dá jet i mimo zpevněné cesty. Škoda tak

na trhu uvedla městskou a terénní tvář. Model Yeti se prodává citelně lépe, než si automobilka při jeho vývoji plánovala. Zatímco původně se očekávalo odbyt kolem padesáti tisíc vozů ročně, produkce se blíží stotisícové hranici a jde o jeden z nejprodávanějších vozů této kategorie v Evropě. Kromě Kvasin se vyrábí v Rusku a ještě letos se výroba prodloužené verze rozběhne v Číně. FOTO: ČTK / ŠKODA AUTO

Energetika

Brusel chce víc informací o okolnostech vyřazení Arevy z tendru na Temelín

Evropská komise požádala minulý týden Českou republiku o dodatečné informace týkající se výběrového řízení na dostavbu Jaderné elektrárny Temelín a vyřazení francouzské firmy Areva z tendru. Uvedla to Chantal Hughesová, mluvčí eurokomisáře pro vnitřní trh a služby Michela Barniera. „Je třeba zdůraznit, že v této fázi není s Českem vedeno řízení pro porušení evropských pravidel. Jsme ve velmi předběžném vyšetřování,“ podotkla Hughesová.

Podle dokumentů, které má k dispozici Český rozhlas (ČRo), ale pohrozila komise Česku žalobou, neboť odmítá poskytnout informace, na základě jakých kritérií Arevu z tendru vyřadilo.

Polostátní společnost ČEZ o vyřazení Arevy rozhodla před rokem. „My jsme všechny relevantní podklady již poskytl příslušným českým orgánům. ČEZ jen nemůže poskytnout důvěrné obchodní informace z tendru žádné třetí straně tak, aby nebyl žalován účastníky řízení,“ uvedl mluvčí Ladislav Kříž.

Podle ČRo zastává Česko postoj, že komise nemá na rozhodování o celé věci právo, dokud ji neprovede ÚOHS (ten vyřazení Arevy potvrdil naposledy v červenci), případně české soudy. Ty záležitost projednávaly na konci října, kdy krajský soud v Brně vydal předběžné opatření, podle něhož ČEZ nesmí uzavřít smlouvu s případným vítězem. ČTK

Briefing

ENERGETIKA
Miliardář a protikorupční aktivista Karel Janeček do konce roku spustí elektrárnu na biomasu v Mostku ve východních Čechách. Na svém facebookovém profilu o tom píše časopis Forbes. Do projektu, který vznikl v brownfieldu po někdejší textilce Tiba, vložil peníze prostřednictvím investičního fondu R5J Private Equity. Ten spravuje peníze Janečka a dalších investorů.

TELEKOMUNIKACE
GTS Czech loni zvýšila zisk téměř o polovinu na 205 milionů korun. Celkové tržby se zvýšily o dvě procenta na 4,77 miliardy. Více než polovinu tržeb telekomunikační firmy tvořily i přes pokles hlasové služby, téměř třetinu data a 11 procent internetové služby. Mateřskou společnost GTS Central Europe koupil minulý týden za téměř 15 miliard korun Deutsche Telekom, kterému již v Česku patří mobilní operátor T-Mobile. ČTK

Interaktivní seminář:

SPOLEČENSKÁ ETIKETA

Dokonalým hostem i hostitelem (nejen) vánočních setkání

21. listopadu 2013, od 9:30 do 15:30 hod.
Economia, a.s., Pernerova 47, Praha 8

Seminář vede: Ing. Hana Vydrová – specialista na vzhled a vystupování, Topstyle

- Pisemné pozvánky – jak správně připravit a jak správně reagovat
- Etiketa stolování
- Povinnosti hostů a hostitele
- Různé formáty společenských akcí
- Jak eliminovat trapné situace
- Diskuse a trénink situací

Cena: 2 900 Kč (bez DPH)
Sleva pro předplatitele titulů vydavatelství Economia.



Více informací na www.seminare.ihned.cz;
seminare@economia.cz; tel.: 233 071 431.

e.economia
obsah rozhoduje