

Žebříček největších textilních obchodů v ČR a na Slovensku v roce 2007

Nejlépe si vedli specialisté

nes, od Praha/Bratislava – Tržby 35 největších textilních obchodů v ČR dosáhly v roce 2007 téměř 24 mld. Kč, což je o 1 miliardu více než v roce předcházejícím. Na Slovensku 25 firem pak téměř 10 mld. Sk. Nejvyšší podíl tržeb připadl i tentokrát zahraničním řetězcům.

V České republice se jednalo o podíl více než 70%, na Slovensku přes 90 %. Vyplývá to z rozsáhlého šetření časopisu TextilŽurnál, který – stále jako jediný v ČR i na Slovensku – sestavuje žebříček největších textilních maloobchodů v obou zemích. V ČR je to již třináctým rokem, na Slovensku devátým. Stejně jako v minulosti jsme vyzvali majitele/provozovatele obchodních firem, jejichž roční tržby přesáhly námi určenou hranici 25 mil. Kč/Sk – včetně DPH. U plnosortimentních obchodů nás pochopitelně zajímaly pouze tržby za textil/oděv. Jako již tradičně se ani letos nezměnil postoj některých z hlavních „hráčů“ maloobchodní sítě s textilem ke sdělení svých tržních výsledků (u těch zveřejňujeme kvalifikovaný odhad), naopak někteří z nových aktérů jsou komunikativní. TOP žebříček 2007 zahrnuje výsledky celkem 35 firem. Čtyři firmy vypadly, a to Carrefour, který odešel z českého trhu již v polovině r. 2006, Ben&Co, Prior ČR a Makyta, jejichž tržby již nedosahovaly námi určenou minimální hranici. Nově v žebříčku přibily také čtyři firmy. Jsou to Kara Trutnov, česká společnost s dnes již s 34 prodejny, dále španělská skupina Inditex, kterou v žebříčku za rok 2006 prezentovaly pouze prodejny Zara, sportovní značkové obchody Alpine Pro, a v neposlední řadě německá společnost Esprit, která má v ČR již celkem 6 prodejen.

Dvě ze tří „medailových“ míst obsadili i letos specialisté (New Yorker a Hennes&Mauritz), letitou vedoucí pozici si stále drží britská společnost Tesco. V první desítce pak jistě stojí za povšimnutí i fakt, že odbornému obchodu se pořadí vylepšuje (C&A, Takko) zatímco plnosortimentní velkoplošné prodejny postupují směrem dolů (Ahold, Kaufland). Tento trend ostatně potvrzuje i nákupní chování spotřebitelů, kteří mívají za nákupem oděvů stále častěji ke specialistům.

Největší propad zaznamenala česká VP store (v žebříčku 2006 se objevila poprvé), které se počet prodejen zredukoval na polovinu. Naopak nejvyšší růst tržeb zaznamenala rovněž česká společnost, a to Pietro Filippi. Ta dokázala navýšit tržby o 27 % oproti roku 2006. Dvacet jedna firem v žebříčku mělo vyšší meziroční nárůst, devět propad, jedna skončila stejně jako v r. 2006 a čtyři obchody při-

NEJVĚTŠÍ TEXTILNÍ OBCHODY V ROCE 2007 – ČR					
Pořadí	Název firmy	Počet obchodů	Tržby (v mil. Kč)	Změna	Počet zaměstnanců
1. (1.)	TESCO STORES a.s.	06 H52	4 700 #	-9,6%	-
2. (2.)	NEW YORKER s.r.o.	K28	1 670	4,0%	290
3. (3.)	HENNES & MAURITZ	K14	1 600	6,7%	-
4. (4.)	QUELLE, s.r.o.	Z	1 300	12,1%	-
5. (7.)	C & A moda Praha	K26	1 150 #	9,5%	-
6. (9.)	GLOBUS ČR, k.s.	H12	1 022	12,6%	301
7. (5.)	AHOLD Czech Republic, a.s.	H56 S244	995 #	-9,5%	-
8. (6.)	KAUFLAND ČR, v.o.s. ČR	H75	990 #	-10,0%	-
9. (8.)	KENVELO CZ	K63	966	-5,8%	418
10. (12.)	TAKKO s.r.o.	K58	900 #	5,9%	-
11. (11.)	SOS Group a. s.	K209	800 #	-9,1%	-
12. (10.)	ODĚVNÍ PODNIK Prostějov, a.s.	K89	780 #	-13,7%	-
13. (13.)	TERRANOVA	K21	700 #	1,4%	-
14. (14.)	COMS a.s., Marks&Spencer	K10	650 #	18,6%	-
15. (-)	ALPINE PRO, a.s.	K12	610	-	310
16. (15.)	CEMOD CZ a.s.	Z	580	18,9%	-
17. (16.)	NECKERMANN, s.r.o.	Z	490	19,5%	-
18. (17.)	VESNA a.s.	K35	460	16,5%	186
19. (22.)	HERVIS SPORT s.r.o.	K15	360 #	17,3%	-
20. (20.)	BLAŽEK	K18	350 #	2,9%	125 #
21. (-)	KARA Trutnov, a.s.	K34	317	-	280
22. (23.)	IKEA ČR, s.r.o.	04	301 #	± 0,0%	-
23. (19.)	SPAR Česká obchodní spol. s r.o.	S27	300 #	-14,3%	-
24. (24.)	PIETRO FILIPI	K22	287	27,0%	100
25. (18.)	OTTO – zasilatelství s.r.o.	Z	270 #	-22,9%	-
26. (25.)	CLASSIC SHOPS s.r.o.	K5	255	17,0%	80
27. (-)	INDITEX (Zara, Pull&Bear, Bershka)	K9	200 #	-	-
28. (26.)	s. Oliver CZ, s.r.o.	K7	157	12,1%	60
29. (-)	ESPRIT	K6	157	-	45
30. (28.)	GALAXY – 21 s.r.o.	K11	124	20,4%	47
31. (27.)	STEILMANN Praha s.r.o.	K16	110	6,8%	56
32. (29.)	PROMOD	K9	100 #	11,1%	-
33. (30.)	OD CENTRUM a.s.	K2	81	1,3%	45
34. (32.)	HK SPORTSWEAR s.r.o.	K7	51	10,9%	37
35. (33.)	VP store a.s.	K7	25 #	-45,7%	-

Poznámka: Předchozí pořadí a procentuální změna je vztahena k roku 2006
Počet obchodů: O – obchodní dům, K – klasický obchod, H – hypermarket, S – supermarket, Z – zásilkový
Zdroj dat: firemní; # – odhad TŽ

byly. Tyto velmi příznivé výsledky textilního obchodu potvrzují i výsledky našeho test-klubu (TŽ 2/08 str. 44, 45), kdy jsme konstatovali 12,5% meziroční nárůst. Ostatně v podobném duchu hovoří i předběžné výsledky Českého statistického úřadu, který označil loňský rok v maloobchodě za nejúspěšnější za posledních 10 let. Celkové tržby maloobchodu se meziročně zvýšily o 6,8 %, přičemž za textil a obuv o 15,7 %.

Příznivé výsledky našich obou šetření letos ještě zřetelněji potvrdily, že textilnímu maloobchodu se v roce 2007 dařilo. Pozice odborného obchodu stále roste, zatímco u hypermarketů a plnosortimentních obchodů

s nabídkou textilního zboží se dále snižuje. U českých spotřebitelů je posun nákupních preferencí směrem k odbornému obchodu již zcela zřetelný. Výrazný růst však zaznamenal i zásilkový obchod, stále oblíbenější jsou i nákupy přes internet. Většina obchodníků si tyto změny v nákupním chování spotřebitelů již uvědomila a začala intenzivně pracovat na nových marketingových strategiích, které je mají odlišit od konkurence. Z ankety s obchodníky, kterou provedl TextilŽurnál počátkem letošního roku (viz TŽ č. 2/08) ostatně jasně vyplývá, že právě do této oblasti hodlá letos většina z nich investovat nejvíce finančních prostředků.