

Lidi čeká  
 cenový  
 elektrický  
 šok»

okračování ze strany 1

společnost ČEZ, která dominuje českému trhu a která vlastní novou politiku odvozuje od vývoje na energetické burze, známí své ceny na rok 2009 až na podzim. »Zatím je předčasné uvádět nějaké odhady. Ale emyslíme si, že domácnostem elektřina v lednu zdraží o patnáct procent, to je asi moc.« Hlá mluví ČEZ Ladislav Kříž. am by cena podle firemních ropočetů mohla vyšplhat, přesnit nechce.

Je ale pravděpodobné, že cenový sok, který teď signalizuje burza, poněkud zmírní opatření, s nímž tento nový trh loni začal: Zpočátku se tu proud reproval za volné tržní ceny: fi rozjezdu museli velkoobchodníci nakupovat energii zároveň na letošní i na příští rok a jednou a cenu na letošek měpevně zafixovanou. Kdo má proud nakoupený z loňska za sčto podmínek, ten může cenu od ledna držet níž. A řada obchodníků to nejspíš udělá.

»Loňské opatření ceny pro příští rok určitě ovlivní a zmírní o celkový růst ceny. Těžko ale ct o kolik – ČEZ zatím prodal en polovinu svého proudy na příští rok,« říká Petr Novák.

Růst ceny elektřiny hrozí záazníčkům i v příštích letech: roce 2010 se smaže výhoda egulovaného rozjezdu burzy obchodníci budou mít snahu ynahradi si, oč loni a letos řišli.

V Německu se elektřina proává stále o něco draž než nás a český trh má tendenci yšší evropské ceny dohánět. Přijde hlavně o to, jak se bude

# Do Česka míří desítky firem

■ Polské značky chystají útok na české zákazníky ■ Nad Českem krouží také velcí hráči v čele s Aldi a Media Markt

Zuzana Luňáková  
 www.lhned.cz/luinakova

Hamburgery z **Burger Kingu**, potraviny z **discontu Aldi**, levná elektronika z **Media Marktu** a k tomu desítky nových značek, obchodů i restaurací – tak už brzy mohou vypadat nákupy »po česku.«

České republice se daří, ekonomika roste, a země tak láká stále více zahraničních řetězců. Příkladem může být i nedávný vstup kavárenské sítě **Starbucks**, která si své působení v Praze nemůže vynachválit.

O Česko proto v poslední době projevil zájem hned desítky dalších firem napříč všemi obory. Od kaváren, které zastupuje třeba síť **Cup&Cino**, bio pekařství, jehož barvy hájí síť **Le Pain Quotidien**, či obchody se šperky značky **Yes**.

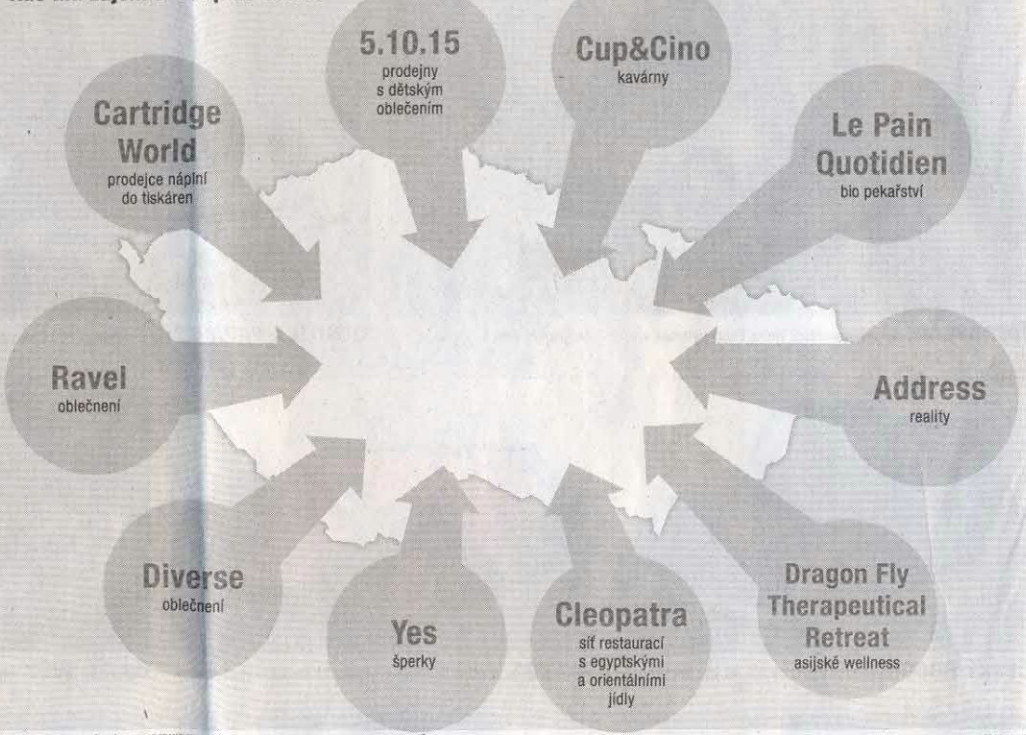
## Polský atak na Česko

»O vstup na český trh má vážný zájem také několik polských franchisových řetězců, které již jednají o počátečních investicích na podporu své značky. Odhadem jde zhruba o desítku systémů. Mezi nejvýznamnější zájemce patří celosvětový řetězec prodejen s náplněmi do tiskáren **Cartridge World**,« říká Martin Jonáš, jednatel paradesenské firmy **Profit System**.

Baby boomu v České republice chce zase využít polský řetězec s prodejny dětského oblečení **5.10.15** či belgický hračkářský gigant **Amtoys**. Největší zájem o Česko mají ale firmy, které vsadily na módu. Ať už se jedná o značky **Ravel**, **Diverse** či **Boogie Nights**.

»Zajímavostí je, že mnohé polské franchisové řetězce vnímají český trh jako jakýsi zkušební před svým vstupem na západní trhy. Několik polských značek již takto postupovalo. Pokud uspějí u nás, rozvíjejí své podnikání také na západ od našich hranic,« dodá-

## Kdo má zájem o vstup do Česka



PŘAMEN: PROFIT SYSTEM, ČESKÁ ASOCIACE FRANCHISINGU

GRAFKA: HN

z trhu s elektronikou nečekávají zda, ale kdy do země vstoupí německý prodejce elektroniky **Media Markt**. Ten je znám svou agresivní politikou nízkých cen.

## Drazení krouží nad Českem

»Malobchodní řetězce zase čekají, kdy do země vtrhne německý diskontní řetězec **Aldi**.

## Také Aldi je známé hlavně díky nízkým cenám, proto lze očekávat, že by jeho vstup na trh výrazně zatlačil s cenovou politikou řetězců.

Zatímco například v Česku známý diskont **Lidl** má ve svém portfoliu například i vlastní řetězce

## »Věříme, že i při případné změně konkurenčního prostředí na malo-

obchodu v Česku, který by mohl být důležitým konkurenčním prostředím na maloobchodním trhu,« říká Martin Jonáš, jednatel paradesenské firmy Profit System.

## »Věříme, že i při případné změně konkurenčního prostředí na malo-