

Kávu uvaří Čechům i australský Gloria Jean's Coffees, řetězce sázejí na expanzi

31. srpna 2009 4:44, aktualizováno 11:56

Do Česka vstupuje už sedmý mezinárodní kavárenský řetězec, australský Gloria Jean's Coffees. Svou první kavárnu otevřel dnes v Praze na Klárově a doplnil tak zhruba desítku velkých kavárenských sítí na českém trhu.



foto: Gloria Jean's Coffees

Gloria Jean's Coffees otvírá v Praze první kavárnu.

Ačkoliv řetězce prožívají přechodný útlum kvůli finanční nejistotě, velcí mezinárodní hráči jako Starbucks, Costa Coffee či regionální Coffeeheaven jsou přesvědčeni, že na českém trhu je pro nové kavárny stále místa dost.

Gloria Jean's Coffees otvírá svou první kavárnu v Praze na Malé Straně, na místě, kde předtím neuspěl jiný řetězec.

"Chceme spíše pomalejší rozvoj, do konce roku otevřeme ještě jednu kavárnu v Olympii v Brně. Cenově se přizpůsobíme českému zákazníkovi (*káva od 49 Kč, pozn. red.*) a také jeho chutím," říká Naďa Plzáková, manažerka firmy H.A.M. Gastro Czech, která zde má licenci na Gloria Jean's Coffees (GJC) a která je dceřinou společností Asko nábytku.

Ve své první kavárně nabídne firma vedle své typické speciality, banánového chleba (banana bread), také širší pekárenský sortiment.

S nápadem přivést do Česka další síť kaváren přišel Direm Ali Gedikoglu, jednatel Asko nábytku a spolujednatel H.A.M. Gastro Czech. "V nejbližší době ale spojení kaváren a prodejů Asko neplánujeme," neodmítá tuto myšlenku Plzáková.

Ostatně proč ne, kavárenské sítě hledají nové kanály, jimiž by se dostaly k zákazníkovi. V Británii například Costa Coffee brzy otevře svou první drive-in kavárnu, aby přitáhla řidiče.

V Česku chce Costa naučit kavárenské povaleče chodit do kaváren také na jídlo a nabídnout studené sendviče. Prodejny McCafé, umístěné v provozovnách McDonald's, zase pohltnou část tamních zákazníků a zvýší rychloobčerstvoვნám tržby.

Naučili Čechy utrácet za kávu

"Řetězec Coffeeheaven (vstoupil jako první z velkých na český trh v roce 2004) naučil Čechy, že káva může stát i víc než dvacet korun a dá se pít v pěkném prostředí," pochvaluje si pionýrskou činnost konkurence Jan Tomášek, manažer kaváren Costa Coffee. Ty v Česku od loňska franšizově provozuje HDS Retail Czech Republic, známý díky svým novinovým stánkům Relay.

A Starbucks zase loni Čechům nastavil horní laťku pro cenu kávy, ta s různými příchutěmi přijde na zhruba stokrát. I proto zatím zůstává jen v Praze, kde je vyšší kupní síla a západní turisté. "Ukázali, že káva má svou hodnotu, a otevřeli možnosti všem, i podnikatelům v běžných kavárnách," říká Tomáš Vančata, manažer řetězce Coffee & Co. pro Česko.

Od klasických kaváren se řetězce mimo jiné odlišují vlastní směsí kávy a způsobem jejího servírování – kávu si lze koupit i do kelímku s sebou.

Ačkoliv nemá tak zvučné jméno jako jiné řetězce, má Coffee & Co. bezkonkurenčně nejvíce poboček v republice, celkem 18. Firma je silná na Slovensku, kde v Bratislavě otevřela v roce 2001, a nedávno otevřela i první pobočku v Maďarsku. Patří Rakušanu Richardu Lanczmannovi, který také provozuje v Německu franšizy Chiquita FruitBaru.

"Jsme převážně v obchodních centrech a negativně na nás doléhá zimní a letní období. Potřebujeme se stabilizovat, chceme se dostat do turistických zón a center měst," nastiňuje slabé místo Vančata.

Na druhé straně, do center se naučili chodit mladí lidé a ty kávu v kelímku baví pít.

Ačkoliv všichni plánují expanzi, musí být ve výběru lokality čím dál opatrnější. Začíná být totiž problém najít lukrativní volná místa – a za nepřemrštěný nájem.

Řada kaváren je sice na prodej, ale převážně v malých městech nebo v oblastech bez potřebného spádu zákazníků. Mimo Prahu otvírají kavárenské řetězce jen opatrně. "Firmy si drží hotovost na horší časy a investují jen do 100% šance," poznamenává Vančata.

http://ekonomika.idnes.cz/kavu-uvari-cechum-i-australsky-gloria-jean-s-coffees-retezce-sazeji-na-expanzi-1hl-/ekonomika.asp?c=A090830_203449_ekonomika_anv