

REGAL^{line}

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 7/05, 6. 12. 2005

U pražské Ruzyně roste obchodní centrum Šestka

V Praze 6 na křižovatce Evropské ulice a Pražského dálničního okruhu nedaleko letiště Praha - Ruzyně začala výstavba obchodního centra Šestka, které po svém dokončení v listopadu příštího roku nabídne více než 100 obchodů, včetně restaurací, kaváren a provozoven rychlého občerstvení. Součástí centra bude také hypermarket Hypernova. Developerem Šestky je TK Development, který již celý projekt prodal finálnímu investorovi, společnosti Europolis. Za generálního dodavatele stavby byla vybrána společnost GEMO Olomouc. Celkové náklady přesáhnou 1,5 mld. Kč.

Obchodní centrum Šestka je první fází rozsáhlé multifunkční výstavby, kterou TK Development v lokalitě plánuje. Na dvou podlažích zaujme 16 200 m² obchodní galerie, dalších 10 400 m² hypermarket Hypernova. Třetí podlaží – střecha – je určena pro parkoviště. Celkový počet parkovacích míst činí 1124 (770 na střeše a 354 krytých parkovacích stání ve 2. podlaží). Vedle maloobchodních jednotek, zaměřených především na módu, bude součástí obchodní pasáže i široké spektrum dalších typů obchodů – od obuvi přes sport, hračky a knihy až po domácí potřeby. Své místo zde najdou také služby, např. čistírna, květinářství, kadeřnictví či oční optika.

Thomas Villadsen, ředitel TK Development, k obchodnímu centru Šestka uvádí: „Pro náš další, v pořadí již sedmý tuzemský projekt jsme si vybrali lokalitu s obrovským rozvojem potenciálem, kde obdobné obchodní centrum dosud chybí. Předpokládáme, že návštěvníci Šestky budou kromě Pražanů z přilehlých oblastí i cestující ruzyňského letiště, pro které se Šestka stane poslední zastávkou před odletem z ČR. Jsme přesvědčeni, že náš projekt přispěje k růstu prestiže lokality jako významného společensko-obchodního centra.“ Na výstavbu první fáze obchodního centra Šestka naváže další etapa, v níž má vedle retail parku vzniknout i hotel, administrativní budova a prostory pro volný čas.



Základní kámen budovaného obchodního centra Šestka v Praze - Ruzyni

Novela zákona jako nástroj kontroly trhu

Podstatou připravované novely zákona o ochraně hospodářské soutěže, na jejíž tvorbě se spolupodílí Úřad pro ochranu hospodářské soutěže, Hospodářská komora a další subjekty, je vymezení ekonomické závislosti soutěžitelů, zákaz zneužívání ekonomické závislosti a demonstrativní výčet možných případů zneužívání ekonomické závislosti.

„Chceme mít v rukou dostatečně silné nástroje k tomu, abychom mohli situaci na trhu účinně kontrolovat. To ale neznamená, že bychom případný zákon chtěli nadměrně využívat a nepřipustně zasahovat do smluvních vztahů,“ tvrdí Martin Pecina, předseda Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže. „Pro chování obchodních řetězců, které si kladou nepřiměřené podmínky, není v běžném obchodním prostředí místo,“ dodává k novele zákona Jaromír Drábek, prezident Hospodářské komory ČR.

**Nezapomeňte a objednejte si zdarma
elektronický newsletter REGAL LINE**

na www.economia.cz/newsletter nebo na pdf.regal@economia.cz

EU chce jednotná pravidla

Evropská unie se snaží stanovit jednotná pravidla pro tvrzení o výživové nebo zdravotní hodnotě na potravinách. Nařízení, které má v lednu jít do druhého čtení v Evropském parlamentu, by po určitém přechodném období mělo platit zhruba během dvou let. Podle současné podoby má stanovit seznam tvrzení a podmínky, za nichž je lze na výrobku použít. Například výrobek „bez obsahu tuku“ nebude smět mít více než 0,5 g tuku na 100 g. Nové tvrzení bude muset být producent schopen doložit, a to pomocí vědeckých důkazů. Jedním z důsledků nařízení může být změna názvu některých produktů a především marketingových kampaní.

Nový člen EMD Markant Slovakia

K 1. prosinci 2005 vstoupila společnost KON-RAD do obchodní aliance EMD Markant Slovakia. Tímto bude tato firma se sídlem v Bratislavě své budoucí nákupní objemy zúčtovávat přes EMD Markant Slovakia. Pavol Konštiak, generální ředitel KON-RAD a prezident Slovenského svazu obchodu, přitom spoléhá především na optimalizaci procesů při vytváření hodnot v řetězci výrobce – obchod – zákazník plynoucích ze služeb EMD Markant Slovakia.

Společnost KON-RAD byla založena v roce 1990 v Bratislavě jako velkoobchod s potravinami a dovozce nápojů. Dále zajišťuje odbyt a služby pro zákazníky z gastronomie, segmentu čerpacích stanic i státních zařízení po celém Slovensku. Mimo vlastní prodejní plochy o velikosti 20 tisíc m² rozšířila své aktivity o e-obchod v oblasti B2B a B2C.

Tesco zůstalo lehce za očekáváním

Největší britský maloobchodní řetězec Tesco zvýšil letos ve třetím kvartálu celkový obrát o 13,9 %. Růst zaznamenala především oblast non-food. Obrát na domácím trhu stoupl za posledních 14 týdnů (do 19. 11.) o 11,6 %. Bez prodeje motorových paliv v Británii zaznamenal obrát nárůst o 5,5 %. Analytici však počítali s nárůstem obrátu v průměru o 5,8 %. Podíl Teska na britském trhu činí kolem 30 %. Podle současného směnného kurzu stoupl jeho zahraniční obrát o 23,3 %.

Metro míří na východ

Od roku 2007 by se měl na ruském trhu objevit řetězec s elektronikou Media-Saturn, který je součástí německé maloobchodní společnosti Metro. „V nadcházejícím roce se objevíme na švédském trhu a nejspíše i rok později se chystáme do Ruska,“ tvrdí jednatel společnosti Media-Saturn, Utho Creusen.

V současnosti působí tento řetězec s elektronikou ve dvanácti evropských zemích. Expanze postupuje podle Creusena hesla: Každý rok do nové země. Podle jeho slov neexistují žádné konkrétní plány kromě jednoho, a to rozšířit se po Evropě. Media-Saturn má v současné době v Německu tři stovky prodejen, v zahraničí jich je přes 200. Podle slov jednatele by do roku 2010 řetězec rád otevřel každý rok 70 nových poboček.

Senátem neprošlo zprísňení výprodejů

Chystané zprísňení výprodejů v obchodech neprošlo Senátem. Poslanci změnili pravidla pro prodej se slevou letos v říjnu. Zejména chtěli prodejcům zakázat, aby lákali zákazníky na zboží, kterého je na skladě pár kusů. Právě tento bod je ale podle Senátu nejasný a jsou pro jeho vyškrtnutí. O zákonu tak budou znovu rozhodovat poslanci. Vzhledem k tomu, že ho vedle koaličních poslanců podpořili i komunisté, dá se očekávat, že horní komoru přehlasují.

Novela, kterou Senát odmítl, ukládá obchodníkům stanovit začátek a konec výprodejů. Při plošné reklamě by měli mít dostatek zboží na skladě nebo uvést množství zlevněného zboží v jednotlivých prodejnách.



Nové webové stránky

Společnost Hamé vybrala na realizaci svých nových webových stránek společnost Web design Factory. Během několika měsíců tak návštěvník na stránkách www.hame.cz najde veškeré požadované informace doplněné o interaktivní prostředí. Svým obchodním partnerům nabídne Hamé na nových webových stránkách mimo jiné možnost získávat aktuální informace o novinkách, POS materiálech či podpoře prodeje přímo v sekcích jim vyhrazeným včetně grafického kompletního portfolia v tisknutelné podobě. Firma očekává od investice přesahující 500 tisíc Kč především zlepšení komunikace jak s koncovými zákazníky, tak s odběrateli.



Štědrá ruka

Delvita uspořádala potravinovou sbírku Štědrá ruka. Na vybraných prodejnách po celé ČR od 2. do 5. prosince prostřednictvím svých zákazníků shromáždila potraviny pro děti z dětských domovů, pečovatelských ústavů a dalších zařízení pod záštitou Českého červeného kříže, Sdružení pěstounských rodin a Fondu ohrožených dětí Klokánek. Zákazníci mohli přispět formou nákupu jakékoli dobroty ve vybraných prodejnách Delvita i formou darovacích SMS. Mezi partnery patří také vydavatelství VLP, pojišťovna Euler Hermes, reklamní agentura Avant Bozell a osobnosti, jako např. Hanka Kynychová a Pavel Šporcl. Organizačně akci zajišťovaly agentury Pluspress a Korzo.CZ, které také celý projekt koordinovaly.

Produkce českých pivovarů roste

České pivovary vyprodukovaly za prvních devět měsíců roku 2005 více než 14,616 mil. hl piva, což je nárůst o 1,67 % (240 533 hl). Pokračuje tak vzestupný trend posledních let. Největším producentem piva je nadále skupina Plzeňský Prazdroj, na druhém místě jsou pivovary Staropramen a třetí je Budějovický Budvar. Mezi naše nejvýznamnější pivovarské skupiny dále patří PMS Přerov, Drinks Union, Královský pivovar Krušovice a Starobrno.

Více než 60 % produkce českých pivovarů tvoří výčepní piva, ležáků bylo vyrobeno přes 5,1 mil. hl (35 %) a poptávka po nich stoupá. Vysokou dynamiku produkce zaznamenává i nealkoholické pivo, kterého se vyrobilo přes 185 tisíc hl a ve srovnání se stejným obdobím loňského roku je to nárůst o 23 %. Zbývající podíl patří speciálním pivům, která se podílejí na výstavu více než 1 %, a ochuceným a svrchně kvašeným pivům.



Objednejte si ukázkový výtisk
časopisu **REGAL**

na www.eregal.cz, e-mailem
na predplatne@economia.cz
nebo telefonicky na 800 11 00 22

Budoucnost je v online komunikaci

Online komunikace má stále větší strategický význam v rámci marketingu FMCG, především potravin, nápojů, mycích a čistících prostředků. Během pěti let by se tato forma propagace měla v pomyslném žebříčku posunout z páté na druhou příčku, hned za POS aktivity. Za sebou by tak měla nechat klasickou reklamu a ostatní komunikační kanály.

To jsou závěry německé studie Campaigning the Brand, ve které odpovídalo 114 expertů, z toho 81 marketingových kapacit a 33 profesorů z oblasti marketingu.

Celých 65 % respondentů se domnívá, že FMCG musí v budoucnu vyvinout nové formy reklamy pro tisk a televizi, 60 % si myslí, že je důležité umět rychle reagovat na krizi nebo na akční nabídky konkurentů. Experti často doporučují crossmediální kombinaci nejrychlejších druhů médií.

Kontrakt na služby transformace podnikání

Globální kosmetická společnost Coty Inc. oznámila podepsání pětiletého kontraktu s IBM na služby nákupu ve 14 zemích Severní Ameriky a Evropy. Toto partnerství má díky využití globální ekonomické síly IBM a optimalizaci procesů nákupu firmě přinést podstatnou finanční úsporu. IBM bude pro Coty nakupovat zboží a služby v oblastech podnikových služeb, cestování, správy budov, technologií a telekomunikací, marketingu a logistiky. Hlavní součástí projektu je implementace uceleného řešení nákupu IBM Procure-To-Pay, které bude integrováno do podnikových systémů společnosti Coty. Řešení IBM umožní webové zadávání žádostí, automatické objednávání, průběžné sledování stavu objednávky a efektivní platby dodavatelům.

Zaměstnanci DHL v nových uniformách

Společnost DHL Express, poskytovatel expresních a logistických služeb, postupně obléká své zaměstnance ve více než 180 zemích světa do zcela nových uniforem. Kurýři a smluvní řidiči, pracovníci skladu a zákaznického servisu tak budou nyní po celém světě jednotně reprezentovat společnost DHL Express. Výběru uniforem předcházela rozsáhlý průzkum, který proběhl v osmi zemích světa. Konečný vzhled uniforem je výsledkem práce německého týmu Corporate Wear a představuje 60 různých vzorů pro muže a ženy.

Nové firemní oblečení v barvách žluté, červené a tmavomodré oblékne 110 000 zaměstnanců DHL po celém světě. V první fázi se v novém firemním oblečení představují zaměstnanci DHL v České republice, Dánsku, Japonsku, Maďarsku, Portugalsku, Singapuru, Španělsku, Spojených arabských emirátech a Švýcarsku.

Celý proces standardizace firemního oblečení bude ukončen do závěru roku 2006.

Počet diskontů Plus se má zdvojnásobit

Společnost Plus-Discount, která na prodejní ploše větší než 80 tisíc m² provozuje v České republice 120 diskontních prodejen, informovala o zavedení řady dalších opatření pro zvýšení zákaznického komfortu.

V rámci nové obchodní strategie přibližování spotřebitelům plánuje firma významné rozšíření sítě prodejen v jednotlivých regionech. Současný počet prodejen se má v nejbližších letech zdvojnásobit.

Společnost Plus-Discount působí na českém trhu od roku 1992. Za posledních pět let firma investovala v ČR téměř 1,7 mld. Kč. Modernizace filiálky od září do listopadu letošního roku si vyžádala investici ve výši asi 150 mil. Kč. V uplynulém obchodním roce dosáhla společnost hrubého obrátu 12,5 mld. Kč. Plus-Discount je součástí německé skupiny Tengelmann, která v ČR provozuje i síť hobby marketů OBI.



Do konce roku zprovozní Tesco pět benzinek



Společnost Tesco Stores ČR plánuje do konce roku 2005 zprovoznit celkem pět čerpacích stanic. Již v srpnu tohoto roku byla otevřena čerpací stanice Tesco v Karlových Varech, v prosinci ji doplní další čtyři (Most, Děčín, Prostějov a Praha - Letňany). Vedle pohonných hmot budou nabízet rovněž základní sortiment potravinového a nepotravinového zboží.

„Stejně jako v našich obchodech i zde zákazníkům nabídneme nejnížší ceny na trhu. Každý den budeme ceny nabízených pohonných hmot pečlivě analyzovat a následně upravovat tak, aby

byly nižší nebo maximálně na stejné úrovni jako nejnížší ceny v konkurenčních čerpacích stanicích ve městě,“ informuje Andrew Yaxley, obchodní ředitel společnosti Tesco Stores ČR.

Stock Plzeň bude distribuovat vodku Koskenkorva

Společnost Stock Plzeň - Božkov uzavřela distribuční smlouvu s největším finským producentem lihovin, firmou Altia Corporation. Na jejím základě bude od počátku příštího roku Stock Plzeň na českém trhu distribuovat populární finské vodky značky Koskenkorva – jemnou obilnou Koskenkorva Vodka a nejoblíbenější ovocnou vodku v gastronomii Koskenkorva Peach. „Altia se po dlouhém a náročném výběrovém řízení s ohledem na naše dosavadní úspěchy s distribučními značkami rozhodla právě pro Stock Plzeň. Věříme, že očekávání majitele značky Koskenkorva nezklameme,“ uvádí ředitel prodeje a marketingu Richard Švéda.

JUBILEJNÍ LEŽÁK – nové pivo z Královského pivovaru Krušovice

Královský pivovar Krušovice oslaví v příštím roce 425 let od svého založení v roce 1581. K této příležitosti uvaří nové pivo JUBILEJNÍ LEŽÁK. Od listopadu 2005 je dodáván na maloobchodní trh.

Typ výrobku: **světlý ležák** • Charakter: **extra hořký** • Obsah alkoholu: **4,7 %** • Balení: **KEG 50 a 30 l, vratné láhve 0,5 l v přepravečkách, fourpack 4x 0,5l NRW**

Jubilejní ležák je extra hořký ležák vyráběný podle historických receptur krušovických sládků. Je typický příjemnou dlouhou dozívající hořkostí, jantarovou barvou a plnou sladovou chutí.

Kontakty: Královský pivovar Krušovice, a.s., 270 53 KRUSOVICE
tel.: 313 569 209, 313 569 260, fax: 313 569 400
e-mail: obchodni@krusovice.cz, web: www.krusovice.cz



Nová ekonomická značka

„Blízká“ (Bliska) je název nové sítě ekonomických čerpacích stanic polské společnosti PKN ORLEN, vlastníci třetinu české Benziny. Je určena řidičům, kteří kromě ověřené kvality hledají i výhodnou cenu. Po zavedení paliv segmentu premium je uvedení ekonomické značky další etapou realizace strategie, která má za cíl zvýšit podíl PKN ORLEN na maloobchodním trhu. PKN ORLEN spravuje síť s více než 1900 čerpacích stanic s rozdílnou úrovní objektů stanic i nabídky. Koncern v rámci přizpůsobení se tržním trendům postupně mění uspořádání struktury sítě a rozdělí stanice na tzv. stanice premium a ekonomické stanice. Společnost plánuje zprovoznit do roku 2009 přibližně 1000 čerpacích stanic pod ekonomickou značkou. Nyní funguje již 15 stanic značky Blízká, do konce roku 2005 jich bude zprovozněno celkem asi 30.

Personálie

- Marcela Němcová je od začátku prosince novou manažerkou komunikace a tiskovou mluvčí společnosti Unilever ČR. Ve funkci nahradí Jakuba Puchalského, který po více než dvou letech přechází v rámci Unileveru do Rotterdamu na pozici ředitele interní komunikace pro Evropu. Němcová pracuje v Unileveru od roku 1993 především na marketingových pozicích. V poslední době mj. vedla věrnostní spotřebitelský program Na doma a jako projektová manažerka uvedla na český trh novou mléčnou řadu Flora pro.activ.
- Michael Richter odchází ke konci roku 2005 z pozice generálního ředitele mediálního zastupitelství ARBOMedia. Společnost bude od 1. ledna vést pouze Petr Chlupatý. Richter pracoval v ARBOMedia 11 let, od roku 1999 byl ředitelem pražské pobočky.
- Agentura Impact PR & Consultancy posílila. Tým produktové a korporátní komunikace vede jako senior account manažerka Eva Kotýnková, tým zaměřující se zejména na korporátní PR rozšířil Josef Jelínek, junior account executive.
- Kateřina Marková byla po pětiletém působení na pozici senior account manažerky jmenována account directorkou agentury Virklis. Její hlavní náplní je supervize a kontrola kvality poskytovaných služeb a zodpovědnost za výběrová řízení. Kateřina Marková pracuje v agentuře Virklis od roku 2001, kde se v začátcích specializovala na klienty ze sektoru telekomunikací a internetu, dále pak na open source a systémovou integraci.
- Zastoupení velkoobchodní společnosti Lekkerland v Česku a na Slovensku nově povede Gisbert Bresser, který je současně odpovědný za region jihovýchodní Evropy. Dosavadní jednatel společnosti Lekkerland ČR a Lekkerland SR Edgar Becker z firmy odchází, zůstává ale k dispozici jako poradce.