

line REGAL

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 13/06, 4. 4. 2006

Iniciativa Provětrejte své prací návyky

Přechod od tradičních pracích prášků ke kompaktním, které budou mít o třetinu menší objem a přitom vyperou stejné množství prádla. To je cílem iniciativy, s níž přichází Evropská asociace výrobců mýdla, pracích a čistících prostředků (A.I.S.E.). Přechod ke kompaktním pracím práškům bude v České republice zahájen v období dubna a května letošního roku. Projekt již proběhl v zemích západní Evropy, kde na trhu již nejsou tradiční „objemné“ prací prášky.

U nás tuto iniciativu zahajuje České sdružení pro značkové výrobky (ČSZV), které na lokálním trhu reprezentuje asociaci A.I.S.E., a také samotní výrobci – společnosti Henkel, Procter & Gamble a Reckitt Benckiser. Další společnosti se mohou k projektu kdykoli připojit podepsáním Licenční smlouvy. Kampaň k projektu poběží do konce roku 2007.

Jan Levora, výkonný ředitel ČSZV, komentuje: „Zavedení kompaktních pracích prášků znamená nižší spotřebu pracího prášku, méně obalů, nižší hmotnost balení. Stručně řečeno, nové kompaktní prací prášky budou výhodnější pro spotřebitele a sníží ekologickou zátěž.“

Nové kompaktní prací prášky budou označeny nepřehlédnutelným logem Eurocompact, které je jedním z prvků informační kampaně. Jejím cílem je informovat spotřebitele o novém způsobu dávkování (o třetinu nižší dávky) a vést je ke správným návykům při praní.

Iniciativu podpoří od 18. dubna 2006 nová televizní reklamní kampaň. Spoty budou po dobu 26 týdnů spotřebitele na nové kompaktní prací prášky upozorňovat. Důraz je kladen na výhody kompaktních pracích prášků – menší množství prášku vypere stejné množství prádla, což je praktické a šetrné k životnímu prostředí.

Televizní spot vznikl v agentuře TBWA a bude mít dvě verze. Vizuálně dominantní je v animovaném reklamním spotu motiv pračky, která seznamuje spotřebitele s koncentrovanější formou pracího prášku. Užitečné informace, které mají spotřebitele motivovat ke změně jejich pracích návyků, jsou k dispozici na webové stránce www.kompaktniprasky.cz.

Vzdělávací kurzy zdarma

Společnost Kinetik (dříve MacSource), dealer společnosti Apple v ČR, pořádá ve spolupráci s redakcí specializovaného serveru MujMac.cz pravidelné vzdělávací kurzy a semináře pro zájemce o operační systém Mac OS X, platformu Mac a značku Apple. Kurzy se konají v Apple Center (www.appleobchod.cz) v ulici Zlatý Anděl 344 a registrovaným účastníkům jsou poskytovány zcela zdarma. Jedná se o obdobnou službu, která se nabízí v obchodech Apple Store po celém světě. Pro vstup je nutné se zaregistrovat.

Nová reklama na Orbit

Výrobce žvýkaček Orbit, společnost Wrigley, prezentuje novou kampaň na podporu této značky v ČR i ve zbytku regionu střední Evropy. Nová komunikace značky upozorňuje na fakt, že žvýkáním lze předcházet také vzniku zubního kazu. Kampaň probíhá od února do dubna 2006. Kromě televizního spotu, který připravila pražská pobočka Mark/BBDO, podporuje komunikaci také vlna advertorialů v cílových médiích a tisková reklama. „Novou kampaní chceme spotřebitelům jednoduchou a přímou cestou sdělit hlavní benefit žvýkání, a to zdravé zuby,“ říká brand manažerka Orbitu pro ČR Klára Šajarová.

V 3. ČÍSLE MĚSÍČNÍKU REGAL MIMO JINÉ NAJDETE:

- Letáky a promotion efektivně
- Makro odřízne menší zákazníky
- Co máte vědět o čerstvém zboží
- Morrison: V retailu buďte kreativní!

3. číslo vyšlo 22. 3.

Objednávky předplatného na
www.eregal.cz nebo na
předplatne@economia.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Společnosti Ahold loni klesl zisk

Nizozemská maloobchodní síť Ahold uveřejnila na svých internetových stránkách údaje, z nichž vyplývá, že společnost, která podniká i v České republice, loni klesl čistý zisk o 752 milionů na 133 milionů eur. Ahold je velikostí tržeb čtvrtý největší maloobchodní prodejce na světě. Jeho celoroční čisté tržby loni klesly o 114 milionů na 44,5 miliardy eur. Zároveň se ale čistý dluh Aholdu na konci roku snížil o 1,2 miliardy eur na 5,91 miliardy.

Umělecká soutěž fotografie

Již popáté vyhlašuje společnost Henkel Central Eastern Europe se sídlem ve Vídni výroční uměleckou soutěž Henkel Art.Award. určenou pro umělce z 28 zemí střední a východní Evropy a centrální Asie, tentokrát v kategorii fotografie. Čeští fotografové umělci mohou poslat svá díla na adresu české pobočky společnosti Henkel do 23. června 2006. Soutěž Henkel Art.Award. se věnuje třem významným oblastem moderního umění – kresbě, fotografii a designu, které se v tříletých cyklech střídají jako hlavní téma. Vítěz získá nejen peněžní odměnu 5000 eur, ale bude pro něj rovněž uspořádána samostatná výstava v jeho vlasti.

Masterfoods neuspěl

Nadnárodní potravinářský koncern Masterfoods zaznamenal prodejní neúspěch se svou produktovou řadou bisc&, se kterou nenaplnil plánovaný odhad růstu. Toto rozhodnutí znamená pro divizi cukrovinek značnou ránu, neboť investice do nové značky přesáhly 15 mil. liber a z hlediska samotného výrobku – tenké sušenky s náplní z tyčinek Bounty, Twix, Mars a M&Ms – se v Masterfoods jednalo o největší vývojový projekt za posledních deset let. Jednou z možných příčin neúspěchu je podle pozorovatelů již nasycená nabídka v segmentu podobných cukrovinek. Největšími a již pevně zavedenými konkurenty bisc& byly Kit Kat od Nestlé a Jaffa Cakes od McVitie. Na začátku roku 2005 byl rozpočet na reklamu pro bisc& přesunut od agentury Grey London do německé Scholz & Friends.

Česká technologická platforma pro potraviny

Potravinářská komora České republiky (PK ČR) zorganizovala ustavující zasedání České technologické platformy pro potraviny, partnera Evropské technologické platformy Food For Life. Její ustavení je počátkem pro následující fázi konzultací, diskusí a debat, jejichž výsledkem bude strategický plán výzkumu a plán implementace.

Potravinářská komora si klade za cíl sjednotit roztržité a mnohdy protichůdné parciální zájmy jednotlivých účastníků potravinového řetězce (komerční, vládní a nevládní sféra) a zabezpečit jednotnou, otevřenou a věcnou komunikaci se spotřebitelem. „Věříme, že platforma bude účinně organizovat a zajišťovat inovace, komunikaci a výměnu informací mezi všemi články potravinového řetězce,“ dodává prezident PK ČR Jaroslav Camplík.

Fáze III. OC Letňany zahájila provoz

Dostavbou Fáze III., jejíž provoz byl zahájen 31. března, se plocha Obchodního centra Letňany zdvojnásobila na 125 tisíc m². Díky tomu se stalo největším obchodním komplexem v České republice, kterému dominuje velkoobchodní s nábytkem Kika.

V centru, ve kterém pracuje přibližně 500 lidí, je kromě hypermarketu Tesco a velkoobchodní Kika zhruba 200 obchodů a 19 kaváren, barů a restaurací. Je zde také multikino, bazén a hokejový stadion.

První dvě části letňanského centra byly dokončeny v roce 1999 a 2002, kdy nákupní centrum s hypermarketem Tesco disponovalo 65 tisíci m². Do třetí etapy výstavby společnost Tesco investovala přibližně 1 miliardu Kč.



Wincanton zajistí logistiku i na Slovensko

Logistická společnost Wincanton rozšířila kontrakt s jedním ze svých prestižních klientů, akciovou společností Balírný Douwe Egberts (BDE), o poskytování logistických služeb ve Slovenské republice, kde působí dceřiná společnost BDE, firma Sara Lee Slovakia. Objem zboží skladovaného a distribuovaného společností Wincanton pro BDE vzroste jen na divizi kosmetiky zhruba o 30 %. Wincanton spolupracuje s BDE od roku 1997. Poskytuje jí skladovací a distribuční služby, mezinárodní přepravu, národní distribuci a co-packing – pravidelné i příležitostné přebalování zboží pro reklamní a marketingové účely.

Haribo přeje maminkám

Společnost Haribo CZ připravila akci s názvem Společnost Haribo přeje maminkám. Tato velká gratulace ke květnovému Dni matek se uskuteční od 15 hodin na Václavském náměstí v Praze v pondělí 15. května a v ulici Česká v Brně v úterý 16. května 2006. Maminky budou zahrnuty sladkými bonbony Srdíčky a květinovou gratulací. Zkrátka nepřijdou ani děti či tatínci, kteří maminku doprovodí za medvědími maskoty Haribo.

„Společnost Haribo CZ každoročně pořádá oblíbené a zábavné akce pro děti základních i mateřských škol, myslí na zamilované a obdarovává milovníky želatinových bonbonů. Akce Společnost Haribo přeje maminkám je dárkem pro bytosti nám z nejmilejších – maminky,“ říká Aleš Aldo Kolář, obchodní a marketingový ředitel společnosti Haribo CZ.



Hannah buduje síť vlastních prodejen

Společnost Hannah Czech zahájila budování monobrandových prodejen. První vznikla před dvěma lety na Americké třídě v Plzni, další dvě otevře firma v Praze v Paláci Myslbek a v Obchodním centru Letňany. Ještě v průběhu letošního roku plánuje Hannah otevření několika dalších prodejen v České republice, na Slovensku a v Polsku.

„Budování monobrandových prodejen jsme zahájili proto, abychom mohli svým zákazníkům prezentovat výrobky Hannah takřikající pod jednou střechou,“ uvádí marketingový ředitel společnosti Hannah Czech Filip Komorous. Kromě kompletního sortimentu mohou zákazníci využít nabídku odborných doporučení a rad vyškolených prodáváčů.

Eurocucina – současné trendy moderní kuchyně

Na začátku dubna proběhne v Miláně veletrh Eurocucina. Kromě jiného se očekává, že potvrdí viditelný trend současných domácností – snahu, aby se pracovní a obytné místnosti prolínaly. V současné době je elegantní zejména kuchyň antracitová, šedá, černá nebo v pastelových barvách. Vládne v ní lesk v kombinaci s hliníkem a nerezovou, niklovanou či chromovanou ocelí. Převládají velké, ničím nepřerušované plochy skříní s čistými liniemi. Spotřebitelé preferují jiný vzhled dvířek – zdobné provedení ustoupilo jednoduchému vzhledu, a to s sebou přináší také vyšší nároky na spotřebiče. Těmto požadavkům odpovídají například novinky u vestavných spotřebičů Ariston se zaměřením na řadu Experience Line, které na veletrhu budou představeny.

Carrefour získal 21 obchodů v Itálii

Podle zpráv z italského tisku získala lokální pobočka francouzské obchodní společnosti Carrefour 21 obchodů lokálního retailera, firmy Dugan, na severu země. Kombinovaný obrát těchto prodejen byl v loňském roce zhruba 57 milionů eur. Mezi 21 obchodními místy je 6 supermarketů. Všechny budou přejmenovány na supermarkety GS a convenience obchody Di Per Di. Po této akvizici posílí italský Carrefour své postavení v rámci regionu Lombardie, kde provozuje síť 244 obchodů.

Otto se vrhá na značky

Německý Otto, jeden z největších zásilkových obchodů, přidává do své nabídky stále víc značkových výrobků. V aktuálním jarním katalogu lze najít zhruba 30 značek, např. Calvin Klein, Adidas a další. V hamburské centrále si od nového katalogu v nákladu 1,2 milionu exemplářů a internetového prodeje slibují obrát ve výši 100 milionů eur.

Poláci pobuřuje německá reklama

Poláci pobuřuje reklama německé obchodní sítě, která je představuje jako zloděje. Proti televiznímu spotu už protestovali polští diplomaté a dožadují se jeho stažení z vysílání. V reklamě společnosti Media Markt, která prodává elektroniku, vystupují tři Poláci. Když z obchodu vyjždějí s vozíky plnými zboží, čekají na ně pracovníci ostrahy. Zákazníci pak německy, ale s výrazným polským akcentem, vychvalují obchod. Diskuse se velmi rychle stáčí na fotbal a za chvíli se Poláci vrhají na německé pracovníky obchodu, aby posléze odešli ze záběru. „Ti Poláci jsou ale sympatičtí lidé,“ říká ve spotu jeden ze zaměstnanců obchodu. „Ještě mi zůstaly hodinky,“ dodává, když kamera ukazuje, že je bez kalhot. Podle agentury PAP obchodní dům již stáhl reklamní spot z internetu, rozhlasového vysílání a připravuje jeho stažení z televize.

Celkem 18% nárůst obrátu

Aliance hele, která sdružuje nezávislé prodejce domácích elektrospotřebičů a spotřební elektroniky z celé ČR, loni upevnila svoji pozici na trhu s elektronikou. Sít 250 členských elektroprodejen aliance hele dosáhla za rok 2005 celkový obrát 2,5 miliardy Kč. Společné nákupy členů aliance tvořily obrát 559 milionů Kč, což v meziročním srovnání představuje přírůstek o více než 18 %. „Plánujeme dokončení označení prodejen a rozšíření portfolia značek prodávaných výrobků,“ říká Peter Bojnanský, ředitel aliance hele, a k péči o prodejce dodává, „partnerským prodejcům nabídneme různé školicí programy pro další zvýšení jejich odbornosti, a to i formou e-learningu.“

Stop zápachu v nové kampani

Značka WC Net, která začátkem roku uvedla na trh výrobek Žrout zápachu z odpadu, odstartovala novou televizní kampaň. Jejím cílem je komunikovat řešení problému, se kterým se občas potýká každá domácnost – zápach z domácích odpadů.

Kampaň, která začala 20. března, poběží v několika vlnách také v dubnu a v květnu. Dvacetisekundový spot bude vysílat televize Prima ve večerních vysílacích časech, původní italský spot pro televizní kampaň v Česku adaptovala agentura S-Pro Alfa CZ. Petra Termerová, brand manažerka značky WC Net společnosti Bolton Czechia, která Žrouta dodává do ČR, vysvětluje: „Rozhodli jsme se téma komunikovat s humorem. Zápach z odpadu je ve spotu prezentován jako neviditelný boxer, který na majitele bytu zákeřně útočí z kuchyňského dřezu a „poráží ho“ až k zemi. Majitel bytu se mu ale statečně postaví a zápach likviduje novou zbraní, Žroutem zápachu z odpadu.“



Hartmann-Rico reaguje na potřeby zákazníků

Výrobky společnosti Hartmann-Rico od ledna dodává nový distributor. Na základě rozhodnutí komise pro výběrová řízení se výhradním distributorem produktů Hartmann-Rico stal ČSAD Hodonín. Tento dodavatel logistických služeb poskytuje firmě Hartmann-Rico od 1. ledna 2006 své služby v ČR i ne Slovensku. Hlavním důvodem pro změnu dodavatele distribuce byla proměna logistického trhu během posledních let. Nový systém odpovídá momentálním potřebám zákaznických skupin a je schopen se jim individuálně přizpůsobit.

Podnikání v ČR očima podnikatelů

Společnost Ernst & Young provedla v rámci projektu Podnikatel roku průzkum s cílem zjistit názory českých podnikatelů na české podnikatelské prostředí. „Většina podnikatelů se shodla na tom, že podnikání a inovace jsou klíčovými faktory stimulujícími rozvoj české ekonomiky,“ komentuje výsledky průzkumu Dirk Kroonen, vedoucí partner Ernst & Young v ČR. Na druhé straně dotázaní podnikatelé řadí mezi hlavní překážky podnikání v ČR složitý daňový systém, sociální a politické prostředí a podmínky pro zaměstnávání pracovníků.

Personálie

• Novým generálním ředitelem společnosti Pivovary Staropramen je Tunç Cerrahoğlu. Ten nastoupil do společnosti InBev v lednu roku 2003 po osmiletém působení ve vedoucích funkcích v nápojovém průmyslu a po dvou letech poradenské činnosti v oblasti managementu.

• Jana Očadlíková převzala zodpovědnost za vedení marketingu v divizi pracích a čistících prostředků společnosti Henkel ČR. Na této pozici vystřídala Tomáše Duffka, který odešel do centrály Henkel CEE do Vídně, kde bude pracovat jako senior brand manažer pro čistící prostředky pro země střední a východní Evropy.

• Republikový výbor Sdružení obrany spotřebitelů ČR zvolil na svém zasedání novým předsedou Davida Šmejkal. Dosavadní předseda František Lobovský rezignoval na tuto funkci ze zdravotních důvodů.

• Divize mobilních zařízení společnosti Nokia Česká a Slovenská republika Praha bude mít od 1. května nového generálního ředitele: Ján Kolimár přichází do Prahy z pozice obchodního ředitele Nokia CMO Rusko. Victor Saeijs, který vedl společnost od srpna 2003, odchází do Düsseldorfu do evropského managementu společnosti a bude zodpovědný za rozvoj nových prodejních kanálů.

• Petr Hájek nastoupil do pozice manažera zodpovědného za business development daňového a poradenského oddělení společnosti PricewaterhouseCoopers. Ve své nové funkci bude mít na starosti rozvoj služeb obou oddělení a vztah s potenciálními klienty společnosti PwC.

• Ve společnosti EPIC Praha dochází ke změně na místě generálního ředitele a předsedy představenstva. Dosavadní generální ředitel Vladimír Motlík odchází a bude působit jako konzultant společnosti. Novým generálním ředitelem a předsedou představenstva se stane k 1. 5. 2006 Alois Míka. Ten pracuje ve společnosti EPIC od roku 1993.

KONFERENCE O PODNIKOVÉ BEZPEČNOSTI 11. DUBNA 2006

Konference o podnikové bezpečnosti přináší nové poznatky jak lze řešit bezpečnost firmy ve vztahu k zaměstnancům. Vyslechněte si názory a zkušenosti odborníků a vyvarujte se tak zbytečných chyb, které by vaši společnost mohly stát i více než jen peníze.

PROGRAM KONFERENCE:

- korupce a antikorupční programy státní a soukromé sféry,
- personalistika - novela zákona o nemocenském pojištění aneb jak bojovat s vysokou nemocností, forenzní program, využití §53 zákoníku práce v praxi apod.,
- ochrana duševního vlastnictví - napodobování ochranných vzorů (textil, průmysl, cigarety).

TERMIN: 11. dubna 2006 od 9:30 hodin; **MÍSTO:** Policejní Akademie ČR, ulice Lhotická 559/7, Praha 4.

Více informací o konferenci naleznete na www.podnikovabezpecnost.cz, kde je možné se i zaregistrovat.

