

Nová privátní značka: Karlův Dvůr

Dne 1. listopadu 2006 představila společnost Plus – Discount první českou privátní značku potravinových výrobků, Karlův Dvůr. Všechny produkty této značky se vyrábějí na zakázku podle tradičních českých receptur a za použití zdejších surovin, výrobních kapacit a pracovní síly. Necelá čtyřicetka výrobků je určena k distribuci výhradně v obchodní síti Plus v České republice. Kmotrem značky se stal zpěvák Karel Gott.

„Zavedením nové privátní značky nabízí Plus řešení specifických požadavků českého trhu. Přes pokračující globalizaci si Češi udržují tradiční způsob stravování,“ tvrdí André Rinnensland, jednatel společnosti v ČR. „Právě touto snahou chce Plus svým zákazníkům víc vycházet vstříc. Čeští spotřebitelé se také při svých nákupech často snaží podpořit domácí produkty. Karlův Dvůr jim k tomu dává dobrou příležitost,“ dodává.

„Chceme zákazníky přesvědčit, že privátní značka může kromě ‚plusovských malých cen‘ splňovat také přísné nároky na kvalitu,“ říká David Kolář, vedoucí oddělení marketingu a tiskový mluvčí společnosti. „Rozdíl je zjevný na první pohled. Obaly produktů značky Karlův Dvůr mají výrazný design. Jsou mezi nimi čerstvé potraviny, pečivo, hotová jídla i dezerty. Podle zájmu zákazníků o tyto typicky české výrobky se jejich počet bude zřejmě dále zvyšovat. Ochutnávky budou probíhat v listopadu ve všech prodejnách Plus, kde mohou zákazníci získat další informace,“ doplňuje. Podpora bude probíhat hlavně v místě prodeje, POS materiály a nabídkový leták doplňuje pro firmu netradiční blokované umístění. Kampaň zahrnuje také mediální propagaci a billboardy.

Společnost Plus – Discount má v ČR dosud 126 prodejen. Ve finančním roce 2005/2006 zvýšila obrát o více než 10 % na 445,5 mil. eur (necelých 12 mld. Kč). Řetězec je součástí německé skupiny Tengelmann, která rovněž provozuje síť hobby marketů OBI.



Parkování zdarma v OC Smíchov končí

Řidičům 31. října skončilo bezplatné parkování v obchodním centru Nový Smíchov v Praze 5. Vlastník centra chce vybíráním peněz údajně zlepšit možnosti parkování v podzemních garážích. Za místa se až dosud neplatilo a mnozí řidiči toho zneužívali. Zcela zdarma a bez časového omezení teď řidiči mohou parkovat už jen v garážích obchodní galerie v Nových Butovicích nebo ve vršovickém Edenu. V ostatních i nově budovaných obchodních centrech s takovou službou nepočítají. Řidiči po standardních třech hodinách bezplatného parkování budou muset zaplatit.

Advertising & Retail Forum

Ve dnech 30. až 31. října proběhl v Praze jedenáctý ročník konference Advertising & Retail Forum. Tato tradiční akce pro top management českého maloobchodu a reklamy se uskutečnila pod záštitou Ministerstva průmyslu a obchodu České republiky a Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR, hlavním partnerem byla logistická společnost Maersk Logistics. Součástí konference bylo letos poprvé vyhlášení vítězů 12. ročníku kreativní soutěže Metro Zlatá pecka 2006. Tradičně byly vystaveny soutěžní exponáty osmého ročníku o nejlepší materiály na podporu prodeje a dárkové předměty POP Awards Zlatá koruna.

Program dm babybonus má 50 tisíc členů

Program společnosti dm-drogerie markt – dm babybonus – za necelé čtyři roky svého působení přivítal již 50 tisíc členů. Od roku 2003 takto firma pomáhá zájemcům z řad rodičů novorozenečným dětem. Jedná se zejména o podporu materiální, a to ve formě bonusové knížky, jejíž hodnota v roce 2006 přesáhla 3000 Kč. Šťastným 50tisícím miminkem se v srpnu stala Zuzanka C. z Kopřivnice. Symbolický šek na roční zásobu plenek převzala Zuzančina maminka v dm drogerii v Novém Jičíně. Na leden 2007 se chystá další inovace programu dm babybonus.



V 11. ČÍSLE MĚSÍČNÍKU REGAL

MIMO JINÉ NAJDETE:

- Úspěšný prodej řídí motivace
- Globální, a přitom za rohem
- Budoucnost? Convenience
- Dárek jako samozřejmost. Ale za jakou cenu!

Regal 11/2006 vyjde 13. 11.
Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

European Property Award a Retail/Leisure Developer 2006

Během veletrhu Expo Real v Mnichově udělil časopis Property Week společnosti ING Real Estate Development cenu Evropský developer roku v oblasti maloobchodu a zábavy. Firma zároveň obdržela přidružené Evropské realitní ocenění jakožto nejlepší developerská společnost na evropském maloobchodním trhu. Společnost ze svých zastoupení v deseti evropských zemích buduje obchodní centra a maloobchodní prostory v centrech měst po celé Evropě. V roce 2006 mimo jiné otevřela v německém Stuttgartu centrum Canstat-Carre, ve španělském Vigu projekt Gran via de Vigo, v Paříži centrum M7 a v Amsterdamu obchodní centrum IJburg.

Velký potenciál východní Evropy

Trhy ve východní Evropě stále nenabízejí kvalitní zdravotnický materiál. Například pro společnost Hartmann-Rico představuje tento region velkou výzvu a možnost rozvoje, zároveň ale také odpovědnost za zdokonalování zdravotnické péče a dostupnost kvalitních moderních materiálů v Rusku a na odlehlé Sibiři, v Rumunsku, v Bulharsku a v dalších státech této oblasti.

Ředitel pro tento region Lubomír Páleník popisuje postavení firmy v této části světa: „Na východě jsme průkopníci a svými výrobky přinášíme kvalitní a moderní zdravotnickou péči a nastavujeme standardy kvalitního zdravotnictví v tomto regionu.“

Delvita otevřela prodejnu City v Liberci

Nová prodejna Delvita City byla 1. listopadu otevřena v liberecké Fügnerově ulici. Je součástí obchodního centra Delta, kde zákazníci najdou i řadu dalších specializovaných obchodů.

„Liberecká prodejna Delvita City je reálným příkladem naší strategie soustředící se na nabídku kvalitního zboží za dobré ceny a na pohodlné rychlé nakupování,“ uvádí manažer komunikace Delvity Petr Uchytíl. Prodejna City Liberec nabízí na ploše 500 m² více než 3500 položek, zejména potravinářského charakteru. K dispozici je široký sortiment v čerstvých úsecích, zajímavá nabídka hotových jídel a vína. Kromě toho zákazníci naleznou více než 200 druhů bio výrobků, 90 % sortimentu pochází z ČR. Delvita dnes provozuje v Česku 96 prodejen, z toho tři v Liberci.



S Energizerem na hory

Společnost Energizer připravila pro žáky středních škol a odborných učilišť vzdělávací soutěž Nabij se na zimu, na jejímž konci si vítězný tým bude moci užít šest dní lyžařského kurzu v Krkonoších pod dohledem zkušených instruktorů lyžování. Soutěž je založena na principu SMS otázek a odpovědí z oboru chemie a trvá od 30. října do 11. prosince 2006, tj. pět soutěžních kol plus jedno finálové. V jednotlivých soutěžních týdnech budou středoškoláci hrát o ceny – zimní oblečení a doplňky od společnosti Loap. Výherci týdenních kol se pak utkají ve finálovém týdnu o již zmiňovaný lyžařský kurz. Středoškoláci si sami utvoří tým (max. 20 lidí) a po registraci svého týmu mohou ze svých mobilních telefonů odpovídat prostřednictvím SMS na jednotlivé soutěžní otázky. Každé kolo začíná vždy v pondělí v 7 hodin a končí tentýž týden v neděli ve 24 hodin. Více na www.energizone.cz.

Pokračování BeBe Dobré ráno

Euro RSCG Prague připravila pokračování komunikace pro řadu produktů BeBe Dobré ráno společnosti Opavia. Kampaň navazuje na koncept Hnutí za dobrou snídani, které cílevědomě vyhledává výrobky, jež splňují představy o tom, co je dobré, zdravé a praktické. Komunikace je zaměřena na BeBe Dobré ráno se sníženým obsahem cukru. Jedná se o první cereální sušenku se sníženým obsahem cukru. Cílem kampaně je uvést tento nový výrobek na český trh a ujistit spotřebitele, že i přes nižší obsah cukru (konkrétně o 25 % méně cukru) má výrobek výbornou chuť. Hlavní cílovou skupinou jsou lidé mezi 20 až 40 lety. Sampling nového výrobku proběhne šestého listopadu v městské hromadné dopravě.



Kofola a Rajec komunikují vánočně

Vánoce s Kofolou budou i letos probíhat ve znamení tradičního symbolu českých svátků, zlatého prasátka. Sváteční komunikace firmy Kofola bude navíc obohacena o tři nové animované spoty a SMS soutěž o 20 tisíc „zlatých“ plyšových prasátek. Vše prozradí i samotná etiketa Kofoly Originál i Kofoly Citrus. V místech prodeje je tato komunikace podpořená POS materiály s vánoční tematikou – paletové cenovky, plakáty, wobler, wrapy a paletové rohy. Od 1. do 30. listopadu 2006 navíc firma nabízí soutěžní 6pack pramenité vody Rajec s originálním tubusem. V něm spotřebitelé najdou např. láhev Rajec 0,75 l se sportovním uzávěrem a držákem, imageový náramek Rajec a navíc slosovatelný kód na SONY MP3 přehrávač.



Indesit Company zvýšila zisk

Představenstvo společnosti Indesit Company, výrobce domácích spotřebičů, zveřejnilo hospodářské výsledky za třetí čtvrtletí 2006. V porovnání se stejným obdobím v roce 2005 čistý zisk společnosti vzrostl o 127 % na 23 mil. eur. Hodnota EBIT dosáhla hodnoty 45 mil. eur, což je 59% nárůst oproti stejnému období v roce 2005. Celková finanční situace společnosti se ve třetím čtvrtletí zlepšila na 614 mil. eur. Firma v současné době staví dvě továrny na výrobu myček a praček v Polsku. Výroba by zde měla odstartovat v první polovině roku 2008.

HDE podporuje RFID

Svaz německého maloobchodu (HDE) jednoznačně hájí a prosazuje zavádění RFID etiket v rámci maloobchodní sítě. „Výhrady a obavy vůči radiofrekvenční technice je třeba brát vážně. Avšak šance, kterou díky ní získají spotřebitelé, obchod a průmysl, nesmějí padnout za obětí přehnaným scénářům placených pochybovačů,“ požaduje Holger Wenzel, generální ředitel HDE.

Váruje, že přehnaná reglementace Evropské unie v oblasti ochrany dat není v zájmu občanů: „RFID nabízí vyšší bezpečnost produktů a lepší zpětnou vazbu. To jsou přednosti, z nichž budou profitovat všichni spotřebitelé.“ Koncem prosince předloží Evropská komise Evropskému parlamentu a Evropské radě zprávu na toto téma. Bude obsahovat doporučení pro další jednání.

Beaujolais nouveau 2006

Ve čtvrtek 16. listopadu o půlnoci bude na trh uvedeno Beaujolais nouveau 2006. Půjde o velice zdařilý ročník se silně ovocitými viny a intenzivními aromaty drobného červeného ovoce. Představení Beaujolais nouveau ve Francii a v zahraničí doprovází již podruhé v řadě slogan z roku 2005 „it's beaujolais nouveau time“. Více než 1200 účastníků je očekáváno na běžeckém maratonu Marathon du beaujolais nouveau, který se koná 18. listopadu. A jako vždy proběhne kampaň za rozumné a zodpovědné chování spotřebitelů: alkoholové testy zdarma v 65 lékárnách oblasti Beaujolais.

Když smrkání zabijí

Sezonního nachlazení, které své „žně“ zažívá právě na podzim, využil výrobce hygienických potřeb Hakle-Kimberley při výrobě papírových kapesníků. Nové kapesníky Kleenex Anti-Viral by při čištění nosní dutiny měly zničit až 99,9 % běžných virů. Jak udává výrobce, škodlivé viry podlehnou aktivnímu citrusovému prostředku, jímž je každý kapesník napuštěn a který se zaktivuje vlhkostí prvního zasmrkání do kapesníku. Novinku v německém maloobchodě podpoří soutěžní hra probíhající na internetu.

Co říkají barvy o firmách

Společný projekt firmy OKI Printing Solutions, specialisty na barevný kancelářský tisk, a České marketingové společnosti se zaměřil na využití barev ve firemní komunikaci. Cílem průzkumu bylo pomoci zlepšit obchodní prezentaci malých a středních firem, ve kterých stále častěji vytvářejí přímo v kanceláři nejrůznější obchodní nabídky, prezentace, letáky, samolepky, vizitky a další materiály. Ukázalo se, že s jednotlivými obory podnikání jsou spojovány konkrétní barvy podle jejich charakteru a zaměření. Stále důležitější bude správný výběr a použití barev, protože vhodná volba přináší žádoucí pozornost zákazníků.

Jan Becher – Karlovarská Becherovka v novém

Změnou prošel korporátní design společnosti Jan Becher – Karlovarská Becherovka. Klíčovou barvou se stala oranžová. Nový vizuální styl byl vytvořen s respektem k historickému dědictví a lokálním kořenům, ale současně s ohledem na příslušnost ke světové síti Pernod Ricard. Proces přeměny byl završen přestěhováním pražské pobočky do nového business centra Luxembourg Plaza na Floře.

„Chceme, abychom byli vnímáni nejen jako výrobce Becherovky a obchodník s importovanými značkami, ale také jako solidní a silný strategický partner s mezinárodním zázemím, který má jasnou perspektivu, zásady a úroveň,“ říká ke změně generální ředitel společnosti David Haworth.



C&A míří do obchodního centra Nisa Liberec

Obchodní centrum Nisa Liberec získalo dalšího významného klienta. Stal se jím prodejce značkového oblečení, společnost C&A. Ta bude patřit k největším nájemcům nového centra. S developerem, kterým je společnost ING Real Estate Development, uzavřela dohodu o pronájmu zhruba 1400 m² prodejní plochy. „Společnost C&A v obchodním centru doposud svou vlastní prodejnu neměla,“ říká Renáta Kodadová, tisková mluvčí společnosti ING Real Estate Development. Zákazníci budou moci navštívit také obchody Humanic, Reno obuv, OP Prostějov, Deichmann, A3 Sport, Hervis, Rockpoint, Pompo hračky, Sparkys, Blažek, Kara Trutnov, Orsay, T-Mobile, Hair City, Frisor Klier a řadu dalších. Součástí nového centra bude i hypermarket Hypertova.

Procter & Gamble plánuje růst

Společnost Procter & Gamble chce z rakovnického závodu udělat jedno ze svých hlavních středisek v Evropě. Během dvou let zvýší českou produkci až o 30 % a kromě zavedené výroby pracíků a čistících prášků se soustředí i na produkci kosmetiky Gillette, konkrétně na deodoranty.

„Velká vlna výroby kosmetiky začne už příští rok. Procter & Gamble získal do svého portfolia Gillette a některé z jeho výrobků budeme vyrábět právě v Rakoně,“ tvrdí Carlo Quercetti, generální ředitel české pobočky Procter & Gamble.

Nejrychleji rostoucí technologická firma

Internet Mall se stal nejrychleji rostoucí technologickou firmou v České republice. Uvádí to zpráva TOP 50 společnosti Deloitte, která hodnotila růst výnosů za pětileté období od roku 2001 do roku 2005. V konkurenci firem z ČR, SR, Polska, Maďarska a Pobaltí obsadila společnost třetí místo s růstem výnosů ve výši 3945 % a stal se nejvýše umístěnou českou firmou v žebříčku. „Když jsme v roce 2000 prodali přes internet první ledničku, nenapadlo nás, že za pět let budeme mít obrát miliardu Kč a staneme se nejrychleji rostoucí firmou v ČR,“ dodává předseda představenstva společnosti Ondřej Fryc.

Objednejte si ZDARMA ukázkový výtisk měsíčníku REGAL na adrese www.eregal.cz nebo na predplatne@economia.cz

Bridgestone si vybral Wincanton

Logistická společnost Wincanton podepsala smlouvu s firmou Bridgestone, výrobcem pneumatik. Smlouva zahrnuje celní odbavení, komplexní skladovací služby a nepřetržité distribuční služby pro zákazníky v Polsku. Kromě toho bude Wincanton pro společnost Bridgestone provádět montáž pneumatik nákladních vozů. Bridgestone bude využívat skladové prostory o rozloze 7800 m², které se nacházejí v Blonie, 20 kilometrů od Varšavy. V současné době je zde uskladněno 90 tisíc pneumatik pro osobní a nákladní vozy, autobusy i průmyslové stroje.

Beverage mění jednu z oveček

Nealkoholický nápoj na bázi zeleného čaje Enviga vstoupí na americký trh pod značkou Nestea. Tento produkt společnosti Beverage Partners Worldwide, která funguje jako joint-venture firem Coca-Cola a Nestlé, se v Americe objeví pod novým označením od listopadu. „Díky nápoji Enviga vytvoříme zcela novou kategorii nápojů s jedinečnou výhodou pro spotřebitele,“ říká CEO Beverage Partners Worldwide Leslie Novos. Enviga by totiž měla po požití určitého množství (po zhruba třech skleničkách) spálit 60 až 100 kalorií. Podle výrobce nápoj obsahuje kofein, kalcium a extrakt ze zeleného čaje Epigallocatechin-Gallat, který stimuluje látkovou výměnu a umožňuje tělu zvýšit spotřebu energie. Enviga se bude vyrábět v příchutích zelený čaj, jahoda a broskev.

Personálie:

- Igor Kozák je od listopadu managing directorem agentury Arc Worldwide Czech Republic. Nahrazuje najednou jak dosavadního ředitele Michaela Wagnera, tak i executive directoru Petra Václavka. Oba agenturu opouštějí s plánem věnovat se jiným zájmům. Pravou rukou Igora Kozáka bude Jakub Pistorius, který nedávno nastoupil do agentury jako client service director.
- Tomáš Sýkora se v technologické společnosti S&T Services stal novým manažerem pro integraci společnosti Grall do holdingu S&T. Řídí jednu z největších lalošních fúzí firem na českém trhu informačních technologií.
- Projektovým manažerem společnosti Quinlan Private Golub byl jmenován Petr Kulhánek. Bude zodpovědný za zajišťování bezproblémové a včasné výstavby mnoha nemovitostí společnosti Quinlan Private Golub v České republice, na Slovensku a v Maďarsku.
- V nábytkářské alianci Jitona/Tusculum je product manažerem David Kopačka. Jeho hlavním úkolem je vývoj nových produktů a péče o produktové portfolio. Ředitelem prodeje a marketingu je nadále Radek Matouš.

Elektronická příloha časopisu Regal. Vychází jednou týdně. Registrován pod ISSN 1801-4976. Kontakt: Regal, Economia, a.s., Dobrovského 25, 170 55 Praha 7; Radana Čechová, šéfredaktorka, tel.: 233 073 152, fax: 233 072 021, <http://www.eregal.cz>, regal@economia.cz; Magda Etzlerová, inzertní manažerka časopisu, tel.: 233 073 170, fax: 233 072 730, magda.etzlerova@economia.cz. © Všechna práva vyhrazena. Bez předchozího písemného souhlasu vydavatelství Economia, a.s., je zakázána jakákoliv další publikace, přetištění nebo distribuce (tištěnou i elektronickou formou) jakéhokoli materiálu nebo části materiálu zveřejněného v tomto PDF servisu. Společnost Economia, a.s., využívá agenturní zpravodajství ČTK, která si vyhrazuje veškerá práva. Publikování nebo šíření obsahu ze zdrojů ČTK je výslovně zakázáno bez předchozího písemného souhlasu ze strany ČTK.