

REGAL^{line}

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 4/07, 30. 1. 2007

Hamé Life Style na trhu

Začátkem ledna přišla společnost Hamé na trh se zcela novou řadou svých produktů pod značkou Hamé Life Style. Jde o důsledek půl roku staré akvizice, kdy firma vstoupila do společností Bapa a Made2, zabývajících se výrobou obloženého pečiva. Hamé rozdělilo stávající produktové schéma a vyvinulo zcela nové druhy obloženého pečiva v České republice. Základní filosofií konceptu je možnost širokého výběru baget a sendvičů. Řada dává na výběr ze tří základních skupin.

První z nich jsou bagety pod označením Fresh vyvinuté se společností Enzyma (kuřičná bageta, bageta se zeleným pepřem, bageta s pizza příchutí a další). Zahrnují i standardní bagety, jako je šunková bageta, ale i netradiční uzený losos na koprovém dresinku nebo zeleninová bageta s jogurtovým dresinkem. Tato řada je určena prioritně pro ženy s aktivním životním stylem, které chtějí jíst podle posledních trendů, ale nezbyvá jim příliš času na pravidelné stravování během dne. Patří sem i oblíbené sendviče, které v budoucnu doplní receptury s pizza či pita chlebem a indické Tandoori.



Druhou řadou je Power, určená pro všechny, kteří se chtějí najíst a získat energii. Bagety o velikosti 28 cm si za základ receptur vzaly nejprodávanější výrobky společnosti Bapa a Made2, nyní již členy holdingu Hamé.

Třetí řadou, která se připravuje a tentokrát směřuje na zcela konkrétní spotřebitele, jsou produkty pod označením School – bagety pro školy a školská zařízení.

Vedle Hamé Life Style nabízí Hamé i stávající oblíbené bagety pod značkou Bapa. I zde lze očekávat inovace. Se značkou Hamé Life Style se zákazníci mohou setkat i při soutěži Miss ČR 2007, kdy se stala v letošním roce jedním z hlavních reklamních partnerů. Cílem je oslovit zcela novou skupinu spotřebitelů zejména z řad mladých lidí.

Růst tržeb je vyrovnaný

Podle Luboše Mokráše z České spořitelny (Ekonomické a strategické analýzy) vzrostly meziročně sezonně neočištěné maloobchodní tržby v ČR v listopadu o 6,4 % (v říjnu o 8,6 %), bez motoristického segmentu o 5,7 % (v říjnu o 7,6 %). Růst tržeb byl ve všech kategoriích poměrně vyrovnaný. Největší přírůstek měly nespécializované prodejny s převahou potravin (tj. super- a hypermarkety) a specializované prodejny ostatního nepotravinářského zboží (tj. vše od klenotů přes elektroniku po kožichy), zhruba 30 % celkového přírůstku. Růst maloobchodních tržeb byl v souladu s očekáváním, neměl by mít žádný vliv na obchodování.

Rok 2007 – tři nová překladiště

Společnost DHL Express (Czech Republic), světový poskytovatel expresních a logistických služeb, chce v roce 2007 postavit v České republice tři nové moderní terminály. Výstavba terminálů je součástí rozsáhlého projektu – celkové integrace terminálové a distribuční sítě společností DHL a PPL v ČR. Celkové náklady projektu dosáhnou téměř jedné miliardy korun. V první etapě nové terminály vzniknou v Plzni, v Teplicích a v Hradci Králové. V dubnu tohoto roku bude zároveň otevřeno první modernizované překladiště v Českých Budějovicích.

Cílem je v průběhu následujících tří let vytvořit páteří síť deseti hlavních terminálů, které budou základem moderního distribučního systému. Nová překladiště mají ještě vyrůst například v Ostravě, v Olomouci a v Praze.



V 1. ČÍSLE MĚSÍČNÍKU REGAL
MIMO JINÉ NAJDETE:

- Billa – exkluzivní rozhovor
- Nejlepší světové obchody
- Velikonoce – „budiček“ z povánočního útlumu

Regal 1/2007 vyšel 23. ledna
Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Z VNU je The Nielsen Company

Aby zvýraznila nejznámější název značky a zdůraznila závazek k vytvoření sjednocené, celosvětově zaměřené organizace, oznámila VNU, že se přejmenovala na The Nielsen Company. „Nielsen je jedno z velkých jmen v odvětví informačních služeb“, tvrdí David L. Calhoun, předseda a generální ředitel The Nielsen Company.

Okamžité kroky ke spuštění nové značky pro společnost zahrnují zavedení nové společné internetové stránky www.nielsen.com a grafické sjednocení. Nová identita se bude během roku 2007 postupně prolinat do všech obchodních aktivit společnosti Nielsen.

**Marketing & Media a Regal
pořádají pravidelné setkání**

REKLAMNÍ BLOK

Na téma: Reklama v retailu

Kdy: 31. ledna 2007 v 19 hodin

Kde: klub Avion v ulici Heřmanova 25, Praha 7

Hosté: Michal Charvát, OgilvyAction -
Komunikace v maloobchodu

Vladimír Bystrov, Bison & Rose -
Zahraniční reklama

Kontakt: Brita Bendová
brita.bendova@economia.cz

Další případ klamání spotřebitele

Státní zemědělská a potravinářská inspekce (SZPI) zakázala společnosti Tesco prodej dvou druhů másla pocházejícího z Belgie. Výrobky prodávané pod názvem Les 3 sapins a Belle de Herve byly klamavě označeny jako „čerstvé máslo“, ačkoli jejich parametry tomu neodpovídaly. Doba použitelnosti na těchto výrobcích byla označena daty 6. březen, 20. březen a 27. březen. Aby mohlo být máslo označeno jako „čerstvé“, nesmí být přitom doba jeho použitelnosti delší než 20 dnů ode dne výroby. V uvedených případech se však tato doba pohybovala v rozmezí měsíců. Za prodej klamavě označeného másla zahájí SZPI se společností Tesco správní řízení.

Nárůst prodeje malých spotřebičů pro domácnost

Celkový prodej hotových výrobků značky ETA stejnojmenné společnosti se v loňském roce zvýšil ve srovnání s rokem 2005 o 9 %, na Slovensku pak o 12 %. Za rok 2006 tak tato značka prodala na trhu v ČR a SR celkem 1,08 milionů malých elektrických spotřebičů.

ETA představila loni 102 nových výrobků. Pokud jde o jednotlivé druhy zboží, bezmála o čtvrtinu vzrostl prodej vysavačů, u ručních typů dokonce o 63 %. Víceúčelové kuchyňské stroje a roboty zaznamenaly meziroční nárůst prodeje o 19 %. Počet prodaných vysoušečů vlasů vzrostl o pětinu a holicích strojů o 41 %. Jestliže elektrické grily zaznamenaly nárůst prodaných kusů o 12 %, u mikrovlnných troub to bylo o podstatných 27 % prodaných kusů více. Na předloňské úrovni se udržel prodej žehliček, vařičů nebo opékačů.



TNT Express slaví 15 let

Patnáct let od doručení první zásilky v České republice oslavila 20. ledna 2007 společnost TNT Express, expresní přepravce v oblasti B2B, který zaměstnává více než 300 lidí.

„Patnáct let TNT Express v České republice pro mne znamená zejména vybudování perfektně fungující sítě, loajální, vysoce kvalifikované zaměstnance a širokou nabídku speciálních služeb. Samozřejmostí je také neustálé zlepšování servisu pro naše zákazníky a kontinuální rozvoj naší společnosti,“ doplňuje generální ředitel Petr Chvátal. V loňském roce firma zavedla pravidelnou leteckou linku z Brna do Liege (hlavní překladiště zásilek v Belgii), letos došlo ke zkvalitnění distribuce zásilek do Asie a do Jižní Ameriky.

Letos s novou tvář

V lednu 2007 prošel specializovaný internetový obchod www.sonyericsson-shop.cz velkými změnami. Cílem bylo sjednocení designu a produktového názvosloví s oficiálními stránkami Sony Ericsson, zvýšení zákaznického komfortu obsluhy, zpřehlednění uživatelské orientace a zefektivnění celkové úrovně informačního servisu.

Zajímavou novinkou je možnost odběru tzv. RSS kanálů. Zákazník je pak trvale informován o aktuálním dění v e-shopu, o produktových novinkách, o akčních nabídkách nebo o slevách.



Vyrobená miliarda Mlékárny Kunín

Mlékárna Kunín dokončila výrobu miliardy smetan, jogurtů, dezertů a dalších tzv. kelímkových produktů. Za loňský rok vyprodukovala mlékárenská firma 132 milionů výrobků, jako jsou jogurty, dezerty či šlehačky. Loňská výroba tohoto typu zboží o 8 % překonala objem z roku 2005, kdy podnik dokončil 122 milionů kelímků. „Ve srovnání s počátkem 90. let vzrostla produkce na téměř pětinasobek. Například v roce 1993 se vyrobilo jen zhruba 28 milionů kelímků. Stejný počet dnes naplníme za několik týdnů,“ dodává generální ředitel Mlékárny Kunín Zbyněk Gebauer.

Leader Price se mění na Tesco

Podle polského tisku se obchodní řetězec Leader Price, sestávající ze 145 diskontních supermarketů, které získal britský retailer Tesco po loňském rozhodnutí Casino Group opustit tamní trh, připravuje na činnost pod novou značkou – Tesco Supermarket.

Canon – nový přístup

Společnost Canon zintenzivnila svůj zájem o sektor malých až středních podniků (SME) uvedením nové komplexní strategie, jejímž cílem je získání většího podílu na tomto důležitém segmentu trhu. Prostřednictvím vyčleněné organizace distribučních kanálů, nového cíleného marketingového přístupu a nabídky rozšířených služeb uzpůsobených potřebám daného vlastníka malého a středního podniku společnost usiluje o „osvobození podnikání“.

O vyšší spokojenost zákazníka se postará program Easy Service Plan, který nově zavádí služby podpory produktů přizpůsobené trhu SME.

Evropa: ekonomický růst

Podnikatelský optimismus pro příští rok přetrvává, předpovědi růstu jsou však zdrženlivější. V příštích 12 měsících zaměstnanost poroste napříč celou Evropou, především v Belgii a v Nizozemsku. Francouzští manažeři zůstávají pesimisty Evropy.

To jsou některé z výsledků 16. ročníku průzkumu UPS Europe Business Monitor vypracovaného na základě výpovědí 1450 vrcholových manažerů sedmi evropských zemí, kteří byli dotazováni na faktory ovlivňující ekonomiku Evropy.

Tesco má mít největší solární panel

Britská maloobchodní síť Tesco nechá na jeden ze svých skladů nainstalovat solární panel, který bude největší svého druhu na světě. Retailer chce tímto krokem podle ČTK zřejmě ukázat, že začne naplňovat slib důslednější ochrany životního prostředí.

Solární panel bude na střeše nového distribučního centra, které Tesco staví ve městě Riverside v americkém státě Kalifornie. Instalace ho přijde zhruba na 13 mil. dolarů. Tesco a některé další britské podniky nedávno slíbily, že se budou víc angažovat v ochraně životního prostředí. Nečiní tak z vlastní libovůle, ale kvůli silicím tlaku vládních i dalších organizací.

Češi platí kartami stále více

Společnost Visa Europe zveřejnila, že používání karet Visa v Česku během roku 2006 dynamicky rostlo. Za 12 měsíců (od září 2005 do září 2006) dosáhly výdaje českých držitelů karet Visa 12,3 mld. eur, což představuje proti předchozímu roku nárůst o 17,3 %. Platební karty se čím dál rychleji stávají preferovanou metodou platby v obchodech nebo supermarketech – objem financí uhrazených kartami Visa u obchodníků vzrostl o 28,9 % a dosáhl celkového objemu 2,3 mld. eur za 12 měsíců k září 2006, přičemž počet transakcí u obchodníků se zvýšil o 28,8 % na 61 milionů.

Nejlepší co-brandové platební karty v ČR

Společnost MasterCard se rozhodla reagovat na rostoucí význam co-brandových platebních karet v ČR a ocenit nejlepší z nich. Prostřednictvím tohoto ocenění tak hodnotí i práci vydavatelů karet, kteří se na růstu segmentu co-brandových karet aktivně podílejí. Nejlepší novinkou roku 2006 byla vyhlášena kreditní karta MasterCard Citi ČSA, nejlepší dlouhodobý projekt představují platební karty MasterCard Partner od České spořitelny a nejlepší co-brandovou kartou z hlediska přínosů pro klienta je kreditní karta Shell MasterCard od Citibank.

Lidl v bývalých papírnách

Žatecká radnice se dohodla s firmou Agile na vybudování supermarketu Lidl v areálu bývalých papíren. Jak uvedlo severočeské vydání MF Dnes, město mělo původně za souhlas se stavbou získat 4,5 mil. Kč, nová dohoda počítá se směnou pozemků a budov. Město umožní vybudovat za 3,5 mil. Kč příjezd k prodejnímu přes své pozemky, za stejnou částku pak odkoupí budovy v areálu bývalých papíren včetně památkově chráněné vily. Místostarosta Žatce Aleš Kassal označil směnu za výhodný kompromis. „Byla to jediná možnost, jak získat stoprocentní jistotu, že se papírny nebudou demolovat. V papírenských budovách by měly být obchody, jež doplní nabídku Lidlu. Dále tam počítáme s byty a v největším objektu získá depozitář místní regionální muzeum.“



Poslední kapka pro Setuzu

Exekuce dusí podle Ústeckého deníku potravinářský gigant Setuzu natolik, že uspíší prodej ochranných známek některých svých margarínů. U zavedených značek se podle mediálních expertů může jednat nejméně o desítky milionů korun. Mluvčí společnosti Marie Logrová tvrdí, že uvažovaný prodej ochranných známek tuků a margarínů je jedním z kroků, o kterém se hovoří v rámci restrukturalizace firmy. Poslední kapkou v osudu margarínů v Setuze bylo údajné snížení objednávek supermarketů o 600 mil. Kč, což znamená velmi citelné omezení výroby.

Co Čech, to karta?

V České republice bylo ke konci třetího čtvrtletí roku 2006 vydáno 8,9 milionu platebních karet – 6,5 milionu debetních a 2,4 milionu kreditních. Meziroční nárůst tak činil 3,4 % u debetních karet a rekordních 56,4 % u karet kreditních. Vyplývá to z údajů bank a splátkových společností.

„Očekáváme, že do konce roku 2009 bude v Česku 5 milionů kreditních karet,“ říká Ján Čarný, generální ředitel MasterCard Europe pro ČR, Slovensko a Polsko. V ČR bylo během prvních tří čtvrtletí roku 2006 realizováno 87 milionů transakcí u obchodníků a provozovatelů služeb (POS transakcí), a to o celkovém objemu 98 mld. Kč. Počet POS transakcí tak dosáhl meziročního nárůstu 12,2 %, jejich objem vzrostl o 15,4 %. Na jednu platební kartu připadalo za tři čtvrtletí minulého roku v průměru 9,4 POS transakcí a průměrná výše jedné z nich činila 1125 Kč.

Právě vychází

Hotel & Spa Management

Nový odborný časopis pro profesionály
v hotelovém a lázeňském průmyslu



Objednejte si ZDARMA ukázkový výtisk na predplatne@economia.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Chillventa Norimberk 2008

Ve veletržním centru Norimberk se bude od 15. do 17. října 2008 poprvé konat Mezinárodní specializovaný veletrh chlazení, klimatizace a tepelných čerpadel Chillventa Norimberk. Stav pronajaté stánkové plochy v polovině ledna činil více než 11 tisíc m² (z celkových 30 tisíc m²), přihlášeno bylo 94 národních a mezinárodních vystavovatelů (z plánovaných 700, 50 % z toho zahraničních).

Cílem prvního ročníku veletrhu s dvouletým cyklem je 25 tisíc návštěvníků. Neustále aktualizovaný seznam přihlášek lze najít na adrese www.chillventa.de/exhibitors.

Drive-thru restaurace v Číně

Firma McDonald's uzavřela s čínským ropným gigantom Sinopec, který má v zemi zhruba 30 tisíc čerpacích stanic, dvacetiletou dohodu o výstavbě drive-thru restaurací. ČTK uvedla, že to oznámil generální ředitel čínské divize společnosti Jeffrey Schwartz při otevření 16. restaurace, kde motoristé využívají obslužná okénka přímo z vozu, na čerpací stanici Sinopec na okraji Pekingu.

McDonald's se snaží výstavbou drive-thru restaurací těžit z rostoucího počtu motoristů v Číně. Nyní má pobočky ve 120 čínských městech, čelí ale ostré konkurenci ze strany firmy Yum Brands, která v Číně provozuje více než 2300 restaurací KFC a Pizza Hut.

Personálie:

- Na pozici obchodního ředitele společnosti Sodexho společné stravování a služby nastoupil Roman Nábělek. Přichází z Unient Communications, kde působil jako obchodní ředitel. Předtím pracoval ve společnosti Global Express, kde poslední tři roky zastával pozici viceprezidenta společnosti pro obchod a marketing.
- Dosavadní obchodní ředitel Primy Dan Frolec odešel 28. února ze své funkce a od 1. března nastoupí na pozici generálního ředitele společnosti Nike pro Českou republiku a Slovensko.
- Daniel Mareš, generální ředitel české pobočky evropské expresní balíkové služby DPD, byl jmenován do funkce regionálního ředitele pro střední a východní Evropu. V nové pozici bude mít na starosti koordinaci aktivit v Česku, na Slovensku a v Maďarsku.
- Na začátku ledna nastoupil do české pobočky logistické společnosti Schenker Zdeněk Kašpar jako ředitel provozu logistika. V této nové roli je zodpovědný za vedení regionálních skladů v České republice a další rozvoj logistické sítě společnosti. Zdeněk Kašpar dříve pracoval jako manažer logistiky u společností Kimberley-Clark a Sony.

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 jakákoli 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.