

line REGAL

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 42/07, 4. 12. 2007

Otevřena první prodejna Hyper Albert

Ve Vestci u Prahy byla 29. listopadu otevřena první prodejna Hyper Albert. Jde o pilotní prodejnu, která vznikla přejmenováním a přestavbou hypermarketu Hypernova. Další bude otevřena v prvním čtvrtletí roku 2008. Celková prodejní plocha prodejny Hyper Albert je 3000 m². Zákazníci si zde mohou vybrat z celkem 20 tisíc položek zboží, z nichž 12 tisíc tvoří potraviny a 8000 nepotravinářský sortiment. Prodejna Hyper Albert ve Vestci představuje několik novinek. Tou nejvýraznější změnou je nový vizuální a komunikační styl vůči zákazníkům. „Nový vizuální styl nápaditým způsobem spojuje tři formáty prodejen, které síť Albert nabídne, pod jednou značkou.

Zároveň odpovídá požadavkům moderního zákazníka, zejména rodin s dětmi, které mají v našich prodejnách rozhodující slovo,“ vysvětluje Johan Boeijenga, generální ředitel sítě maloobchodních prodejen Albert/ Hypernova. Další výraznou změnou naleznou zákazníci uvnitř prodejny. „V této prodejně jsme věnovali mnohem více prostoru oddělením čerstvých potravin, zejména pak pečivu, ovoci a zelenině. Chceme zákazníkům nabídnout kompletní sortiment tzv. suchých potravin a naplnit tak očekávání, s nimiž do naší prodejny přicházejí. Rozšířili jsme proto sortiment snídaňových produktů, vína, piva a zdravé výživy,“ dodává Johan Boeijenga. V rámci své strategie na období 2008 až 2010 síť maloobchodních prodejen Albert/ Hypernova nedávno také představila novou vizuální identitu. Nové logo Hyper Albert symbolizuje základní hodnoty prodejen Albert: široký výběr, bohatou nabídku čerstvých potravin, přátelský přístup personálu a vždy dobrou cenu. Zvolená barevná kombinace odkazuje k původním logům prodejen Albert a Hypernova. Tři ovály reprezentují tři různé budoucí formáty prodejen Albert. Modrá barva navazuje na grafiku současné značky Albert, žlutá vychází z loga Hypernovy a zelená vnáší do nového designu čerstvost. Moderní typ písma navozuje příjemné pocity a vztah k potravinám. S novou grafickou podobou loga se budou moci zákazníci setkávat po celé prodejně Hyper Albert. Novou podobu získal i pravidelný informační leták pro zákazníky.



Zimní novinky Paláce Flóra

S příchodem zimy přináší nákupní galerie Palác Flóra svým zákazníkům nové obchody. Třetí patro se rozrostlo o italský obchod Intimissimi s konfekcí luxusního spodního prádla a o dánskou prodejnu módních šperků Dyrberg/Kern. „Průzkumy dokládají, že do Paláce Flóra chodí zákazníci pravidelně především pro módu, módní doplňky a kosmetiku. V předvánočním čase procento těchto zákazníků ještě narůstá,“ uvádí Šárka Bušková, marketingová ředitelka Paláce Flóra. „Nové obchody v Paláci Flóra jsou tak reakcí na požadavky našich zákazníků. V předvánočním období jim chceme poskytnout širokou škálu produktů a usnadnit nákup. Proto jsme otevření obchodů načasovali právě na toto období,“ dodává.

Prodáno již 50 tisíc jutových tašek

K 22. listopadu bylo prodáno již téměř 50 tisíc kusů jutové tašky, kterou nabízí obchody Tesco od srpna letošního roku. Navíc si ji od 26. listopadu zákazníci mohou koupit s motivem podzimních listů, které při bližším prozkoumání shrnují hlavní výhody používání jutové alternativy oproti klasickým jednorázovým igelitovým taškám. Cena se nemění, činí 40 Kč. Nosnost Tesco tašky dosahuje 15 až 20 kg a zákazníci s ní při běžném používání mohou nakupovat pět a více let. Pokud se taška častým používáním zničí, Tesco ji svým zákazníkům vymění zdarma za novou. „I nadále chceme naše zákazníky podporovat v tom, aby nakupovali ekologickou jutovou tašku, a proto jim ji představujeme v novém, neotřelém designu, díky kterému se může stát třeba i módním doplňkem,“ dodává Karel Brejcha, nákupčí společnosti Tesco.



V 11. ČÍSLE MĚSÍČNÍKU REGAL MIMO JINÉ NAJDETE:

- Retail Ready Packaging
- Vánoční výzdoba
- Baby business

Regal 11/2007 vyšel 12. listopadu
Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

MAPIC s českou účastí

Od 14. do 16. 11. proběhl již 13. ročník veletrhu MAPIC, zaměřeného na nemovitosti pro komerční využití. Do Cannes letos přijelo rekordních 10 640 účastníků z 1000 vystavujících společností 67 zemí světa z řad developerů, investorů, realitních agentur, zástupců měst a celých regionů, maloobchodních řetězců, nádraží a letišť. Ti se prezentovali se na 11 tisících m² výstavní plochy. Přijelo i více než 40 v tuzemsku působících společností – nejvíce byly zastoupeny maloobchodní řetězce (např. Baťa, Datart International, Euronics, Kenvelo Czech Republic, McDonald's CZ, Pietro Filipi, Tchibo) a developéři – mimo jiné Ikano Properties, Orco Property Group, AIG / Lincoln, ING Real Estate či Multi Development Czech Republic.

Akvizice Plaza Centers v Srbsku

Společnost Plaza Centers, developer na trhu s nemovitostmi, oznámila, že uzavřela dohodu o zajištění pozemku o rozloze 24 tisíc m² v srbském městě Kragujevac se 180 tisíci obyvateli. Kragujevac je administrativním centrem Šumadijského okruhu a čtvrtým největším městem v Srbsku. Plaza zde hodlá postavit nové nákupní a zábavní centrum rozkládající se na 35 tisících m² s 875 parkovacími místy. Celková cena projektu se odhaduje na přibližně 55 mil. eur.

Tato akvizice je již druhou transakcí, kterou Plaza v Srbsku uzavřela, a představuje další krok ve strategii společnosti upevnit svou pozici v regionu jihovýchodní Evropy, který podle zástupců společnosti disponuje silným potenciálem.

Mikuláš a Vánoce s Orionem

Značka Orion pro letošní sváteční období připravila řadu novinek. Mladším bratrem loňské novinky Strašidýlka je Čokoželík (bílo-mléčná čokoláda s kousky pomerančového želé). Arašidový Mikuláš (dutá figurka z mléčné čokolády s arašidy) se inspiroval tradicí vánočních oříšků. Nový je také Nestlé skořicový Mikuláš (dutá figurka z mléčné čokolády s kousky skořicových sušenek). Výrobky doplňují řadu prémiových figurek, do které patří ještě Nestlé bílý Mikuláš, Lentilky Mikuláš a Smarties Rudi. Vánoční novinky zahrnují: Orion Vánoční dětská kolekce (směs čokoládových bonbonů s mléčnou náplní, praskající náplní, bílou čokoládou a polomáčeným želé s ovocnými příchutěmi), Veselé Arabesky (polomáčené želé s ovocnými příchutěmi), Salonky Koko, Margot, Banány a Salonky višňové.

První český a slovenský obalový kongres

Ve dnech 15. a 16. listopadu proběhl v Praze 1. český a slovenský obalový kongres pořádaný Obalovým institutem SYBA. Jedním ze stěžejních témat bylo uvažované zavedení záloh v ČR na nevratné obaly. Z prezentací zahraničních odborníků jednoznačně vyplynulo, že zálohy na jednocestné nápojové obaly jsou nevhodným, složitým a drahým nástrojem pro dosažení zvýšení recyklace odpadu.

Doporučili naopak další rozvoj stávajícího systému sběru a recyklace odpadu, který v ČR dosahuje velmi dobrých výsledků i v evropském srovnání a může, podle vyjádření zúčastněných odborníků, v budoucnu dosáhnout účinku až 80 % recyklace obalového odpadu. Vlado Volek (SYBA) mimo jiné upozornil na neuspokojivou reakci výrobců baleného zboží – zejména potravin – na stárnutí Evropy, na to, že důležitou spotřebitelskou kategorií se stávají seniři. Grafický design, velikost a typ písma, kontrast vůči podkladu neodpovídá sníženým zrakovým možnostem této kategorie spotřebitelů.



Palác Flóra vytvořil svou Zoufalou blondýnu

Palác Flóra zavedl novou formu komunikace se svými zákazníky. Na stránkách www.zoufalablondyna.cz umožnil návštěvníkům zapojit se do soutěže o nejzajímavější vtipné a katastrofické příběhy z nakupování. Cílem projektu „Zoufalá blondýna“ bylo aktivní zapojení zákazníků do komunikace s Palácem Flóra. Jako prostředek zvolila nákupní galerie pro ni doposud netradiční formu marketingových komunikací – viral marketing. Soutěž probíhala od 24. září do 21. října. Vítězný příběh byl zveřejněn a je promítán na plazmových obrazovkách v nákupní galerii Palác Flóra. „Naším cílem bylo aktivní zapojení zákazníků do komunikace. Zajímali nás jejich zkušenosti a postřehy. Chtěli jsme jim zábavnou formou dát prostor k vyjádření,“ uvádí Šárka Bušková, marketingová ředitelka Paláce Flóra.

„Okřídlená“ obálka TNT

Společnost TNT Express Worldwide spustila novou poštovní službu Mailfast. Kreativní komunikaci k uvedení produktu na trh opět připravila komunikační agentura ArkAdiA. Mailfast je nová služba společnosti TNT Express, která dopraví expresně do celého světa hromadné poštovní zásilky. Doposud se TNT specializovalo pouze na přepravu balíkových zásilek, se službou Mailfast tak rozšiřuje své služby i na zásilky poštovní. „Při komunikaci jsme se zaměřili především na podtržení tradičních benefitů balíkové služby TNT,“ říká Luděk Rychtar, CEO agentury ArkAdiA. Těmi jsou převzetí zásilky kurýrem přímo ve firmě a rychlost doručení hromadné korespondence do zahraničí.



Intersport otevřel dvě nové prodejny

Společnost Intersport rozšiřuje prodejní síť v České republice. Nově otevřela prodejnu v Mladé Boleslavi v nákupním centru Bondy a obchod se sportovním vybavením a oděvy v libereckém nákupním centru Gěčko. První se svou rozlohou téměř 800 m² řadí k největším obchodům v nákupním centru. V sortimentu, který čítá téměř 5000 kusů zboží, je zastoupeno vybavení pro většinu sportů. Druhá nabízí stejný počet výrobků na prodejní ploše 740 m². Její součástí je i servisní zóna, která je určena pro servis lyží, snowboardů a kol.

Elopak slaví padesát let

Společnost Elopak letos oslaví 50 let své existence a zároveň dvacetileté výročí jako jediný vlastník technologií Pure-Pak v Evropě. Za rok 2006 firma vykazovala provozní zisk 270 mil. NOK (norská koruna) a obrát 5041 mil. NOK (zhruba 626 mil. eur). Na českém trhu působí od roku 1991. Spolupracuje například s českými mlékárnami Olma, Olešnice, Valašské Meziříčí, Madeta a Moravia Lacto Jihlava. V květnu 2006 společnost Elopak zahájila ve výrobním závodě Pepsi Praha provoz první aseptické linky v ČR pro značku džusů Toma.

Logistické centrum náhradních dílů

Firma Jungheinrich otevřela v Bratislavě logistické centrum náhradních dílů pro střední a východní Evropu. Jeho provoz, plánování a implementaci zajišťuje společnost CEVA.

Na 1500 m² skladovací plochy je k dispozici 450 paletových míst a asi 13 tisíc míst pro malé díly. Nové centrum doplňuje stávající zásobovací centra v Norderstedtu a Lahru (obě v Německu). Jeho prostřednictvím mohou servisní technici Jungheinrich ve střední a východní Evropě využívat dodávky náhradních dílů následující noci po objednávce. V České republice se tím prodloužila možnost objednávání náhradních dílů z třinácté na sedmnáctou hodinu.

Projekce ve výloze zvyšuje image

Podle nového výzkumu reklamy v místě prodeje asociace POPAI realizovaného společností 3M a průzkumnou agenturou Locatus je zadní projekce dynamických reklamních sdělení na výlohy obchodů vysoce efektivním marketingovým nástrojem. Při průzkumu byly využity folie pro zadní projekci Vikuiti Rear Projection Film od 3M. Průzkum realizovaný ve čtyřech luxusních obchodních centrech v Nizozemsku ukázal, že více než 88 % zákazníků považovalo digitální videoprojekci na Vikuiti obrazovkách/panelech za přínos pro image prodejny. Průzkum také ukázal, že obrazy mají přímý vliv na návštěvnost obchodů. Zhruba 0,8 až 1,8 % lidí, kteří prošli kolem obchodu, se zastavili, aby si projekci prohlédli, a 2,5 % z nich vstoupilo do obchodu právě kvůli obsahu promítaného sdělení.

Nová Milka pro starší

Potravinářský koncern Kraft Foods uvedl na trh novou produktovou řadu Milka Amavel. K dostání je ve čtyřech příchutích: Mousse au Chocolat, Praliné, Crème Caramel a Cappuccino. Právě pomocí těchto příchutí a náročnějšího papírového obalu usiluje výrobce o pozornost jiné cílové skupiny, než na jakou se zaměřují tradiční produkty s „fialovou krávou“. Novinku podpoří komunikace prostřednictvím POS materiálů, např. displeje nebo reklamní závěsy u stropu. Tabulka čokolády (160 g)

(Pokračování na stránce 3)

Developeři a obchodníci s nemovitostmi se zásobují

Desítky developerských společností si s přicházejícím koncem roku pořizují ve velkém tzv. ready-made firmy, tzn. hotové společnosti připravené k okamžitému odkupu. Důvodem je nová reforma veřejných financí, která bude mít pro tuto skupinu podnikatelů několik negativních dopadů. Díky firmám pořízeným ještě v roce 2007 však mohou obchodníci s nemovitostmi tyto nepříznivé dopady výrazně eliminovat. „V současnosti prodáváme zhruba 15 až 20 ready-made firem týdně. Největší zájem je přitom ze strany developerských firem. Máme případy, kdy si developer od nás bere až 10 firem najednou. Největší zájem je o akciové společnosti,“ říká Tomáš Chrobák, ředitel firmy Společnosti Online, zabývající se prodejem ready-made společností.

Podpora biopotravin pokračuje

Informovat nejširší veřejnost o biopotravinách a ekologickém zemědělství, ale také pomáhat producentům biopotravin, to jsou cíle informačního projektu Žiju bio! ministerstva zemědělství. Zájemcům jsou k dispozici webové stránky www.ziju-bio.cz, kde najdou aktuální informace o všech probíhajících akcích, telefonní linky pro zemědělce a spotřebitele (246 060 682 a 246 060 683) a e-mail (info@ziju-bio.cz), kde se mohou radit s odborníky. Projekt Žiju bio! potrvá do konce roku a jeho součástí jsou přednášky, ochutnávky biopotravin nebo například bioostrov v obchodních řetězcích.



Centrum Černý Most slaví 10 let

Centrum Černý Most nabízí své obchody a služby plných 10 let. Proto bylo na 30. listopadu pro zákazníky připraveno zábavné odpoledne s bohatým programem pro dospělé i jejich děti. Akce plná vystoupení hudebních skupin, Divadla v pytli a zábavních atrakcí byla zakončena ohňostrojem. Na návštěvníky čekaly také drobné dárky, občerstvení, ale i slevy v mnoha obchodech, které bylo možné využít právě v tento den. Obchody se slevou 10 % a více byly označeny na výloze samolepkou výročí centra: CCM – 10 let.

Nitro Beer Pivovaru Nymburk je košer

Pivo Nitro Beer, které Pivovar Nymburk vyprodukoval po několika měsících vývoje s izraelským partnerem, může jít do košer obchodů. Nitro Beer, které je oproti prémiovému ležáku silnější, má 5,5 % alkoholu, střední říz a velmi jemnou hořkost, je určeno pro izraelský trh. „Zároveň bude pivo dodáváno do Spojených států amerických, a to i do košer obchodů, pro které bylo získání certifikátu podmínkou k prodeji,“ uvádí ředitel nymburského pivovaru Pavel Benák. Výrobu piva prověřoval jeden ze dvou rabínů, kteří mají v Evropě oprávnění k udělení košer certifikátu.



Snídaně v metru zdarma

Ve dnech 26. až 30. listopadu si mohli Pražané zdarma pochutnat na snídaní od speciálních Penam hlídek. Více než 30 tisíc kusů čerstvých croissantů, sladkých šátečků s povidlovou náplní nebo zdravých cereál bylo rozdáváno cestujícím u stanic metra. „Akcí nazvanou ‚Snídaně v Praze‘ chceme obyvatelům Prahy více přiblížit produkty společnosti Penam, ukázat, že jsou kvalitní a chutné,“ vysvětluje Hana Kamińska, marketingová ředitelka společnosti Penam.

Předplatitelé časopisu REGAL mají přístup do on-line archivu ZDARMA na adrese <http://predplatitel.ihned.cz>



(Pokračování ze stránky 2)

doplňuje „prémiovou“ řadu, kterou Milka zavedla a do níž vedle klasických čokoládových tabulek a vánočních produktů patří rovněž tyčinky M-Joy na cesty a pralinky I love Milka.

Na sushi k Aralu

Podle interních údajů zamýšlí provozovatel čerpacích stanic Aral na svých 20 bistrech Petit v Berlíně spustit testovací fázi prodeje nového sortimentu čerstvého zboží. Motoristé si budou moci vybrat z nabídky sushi, čerstvého ovoce, ovocných džusů nebo nízkokalorických hotových jídel. Produkty by měly být zabaleny takovým způsobem, aby se mohly buď konzumovat ihned, nebo si je vzít s sebou a rychle připravit. Zájemci o tyto produkty je najdou v chladicích boxech a čerpací stanice by je měly dodávat třikrát týdně. Po testovací fázi, která potrvá šest týdnů, se uvidí, s jakou oblibou se tento sortiment u zákazníků setkal a zda se v něm bude pokračovat.

Žvýkání ve stylu wellness

Společnost Wrigley by podle interních údajů měla v únoru příštího roku uvést na německý trh první žvýkačku, která má člověka přivést do pohody a skvěle naladit. Orbit Balance Papaya-Aloe Vera je reakcí výrobce na současný životní styl, kterému vládne trend wellness. Novinku chce firma dostat do povědomí spotřebitelů jak prostřednictvím vzorkovací akce, která by měla probíhat po celém území SRN, tak i vysíláním televizních spotů.

Personálie

- Tiskovou mluvčí Potravinářské komory ČR je od 1. listopadu Dana Večeřová. Do PK ČR přišla z Ministerstva zemědělství ČR, kde v uplynulých čtyřech letech pracovala mj. v odboru komunikace a sekci vnějších vztahů.
- Ve vedení DPD CZ, působící v oblasti expresních zásilkových služeb, dochází k posílení manažerského týmu. Dosavadní generální ředitel DPD CZ Daniel Mareš se více soustředí na rozvoj poboček na Slovensku a v Maďarsku a strategický rozvoj DPD CZ. Oldřich Kaláb se v pozici výkonného ředitele DPD CZ bude věnovat dennímu řízení českého zastoupení.
- Měšťanský pivovar Strakonice má nového ředitele. Je jím dosavadní šéf finančního úseku Jaroslav Tůma. Ve funkci vystřídal Karla Seknicku, který v čele pivovaru stál od ledna 2005, kdy jej koupilo město.
- DTZ, mezinárodní realitní poradenská a konzultační společnost, jmenovala Lenku Dvořákovou, která již pro DTZ a Donaldsons pracovala, do pozice senior retail agent a Miroslava Fialu do pozice industrial agent.

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.