

REGAL^{line}

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 44/07, 18. 12. 2007

Nový koncept Electrolux shop-in-shop

Společnost Electrolux představila poprvé koncept shop-in-shop v České republice, v prodejně Electro Worldu v Čestlicích. Jeho cílem je podpořit prodej domácích spotřebičů značek společnosti Electrolux a také budovat pozitivní vnímání značky spotřebiteli. „Rozhodli jsme se nabídnout koncept shop-in-shop českým zákazníkům tak, aby měli stejnou možnost interaktivního přístupu k produktům Electrolux jako v ostatních evropských zemích. Víme, že český zákazník je náročný a vždy se zajímá jak o technické detaily, tak i o design. Shop-in-shop právě uspokojí i ty nejnáročnější zákazníky,“ říká Jaromír Šiška, product manager firmy.

„Prodejně Electro World v Čestlicích jsme vybrali pro otevření prvního Electrolux shop-in-shop konceptu především z toho důvodu, že odpovídá počtem a složením návštěvníků zákazníků, které aktivně oslovujeme či chceme oslovit,“ dodává Věra Skalská, marketingová manažerka společnosti. Jiří Klíčník, generální ředitel společnosti Electro World v ČR, ke spolupráci se společností Electrolux uvádí: „Naši zákazníci očekávají, že ve své tradiční elektroprodejně najdou nejnovější technologie. Pouze ale spolupráce se silnými partnery, jakým společnost Electrolux je, nám dovozuje tyto nové moderní produkty vhodně prezentovat zákazníkovi. Díky konceptu Electrolux shop-in-shop jsme schopni u technologicky špičkového zboží zdůraznit jeho odlišnost od tradičního sortimentu. A to je naším cílem.“ Nový Electrolux shop-in-shop koncept je návštěvníkům dostupný od 10 do 21 hodin.



Aldi už má www.aldi.cz

Německý diskontní řetězec Aldi učinil podle ČTK další krok signalizující jeho zájem o vstup na český trh. Společnost Aldi v létě v Plzni založila dceřinou firmu Aldi Czechia a nyní má v ČR na své jméno zaregistrovanou i internetovou doménu www.aldi.cz. O příchodu dravého diskontního řetězce Aldi na český trh, který by ještě více zostřil konkurenční boj obchodníků, spekulují odborníci již dlouho. Společnost Aldi, která má v Evropě několik tisíc prodejen s potravinami a spotřebním zbožím, totiž brzy otevře první obchody na Slovensku, v Maďarsku a Polsku.

„Máme od některých developerů informace, že zástupci Aldi se již v Česku začali zajímat o volné pozemky vhodné pro stavbu prodejen,“ potvrdil zvýšenou aktivitu Aldi na tuzemském trhu člen vedení jednoho z velkých obchodních řetězců. Oficiální vyjádření Aldi k plánům v ČR se ČTK nepodařilo získat.

Bonboniéry Orion Modré z nebe – tip na dárek

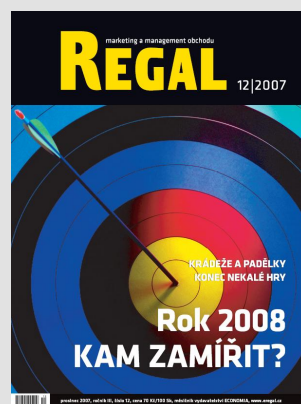
Jedním z řady tipů společnosti Nestlé Česko pro sladký vánoční dárek jsou bonboniéry Orion Modré z nebe, které se na podzim objevily ve dvou nových podobách: Orion Modré z nebe Oříškové a Orion Modré z nebe Višňové. První (149 g), nabízí v elegantním modro-zlatém obalu tři nové variace oříškových bonbonů v mléčné čokoládě. Druhá (178 g) předkládá tři druhy višňových bonbonů v hořké čokoládě. Doporučená maloobchodní cena obou bonboniér je 79 Kč.



Češi letos za Vánoce utratí více než loni

Podle odhadu společnosti GE Money Multiservis je každá česká domácnost letos připravena za dárky a jiné zboží spojené s vánočními svátky utratit částku přesahující 14 tisíc Kč. V souvislosti s Vánoce rostí i zájem o nákupy na splátky – každoročně narůstá průměrná financovaná částka. V meziročním srovnání je letošní nárůst 20 %.

Zájem je obzvláště o elektroniku, která je každým rokem před Vánoci hitem splátkového prodeje. Nemalé obraty zaznamenávají internetové obchody. Předvánoční tržby tvoří až 30 % jejich celoročních příjmů.



V 12. ČÍSLE MĚSÍČNÍKU REGAL MIMO JINÉ NAJDETE:

- Krádeže a padělky
- Konec nekalé hry
- Rok 2008: Kam zamířit?

Regal 12/2007 vyšel 17. prosince
Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Electro World: předběžné výsledky

Electro World, řetězec zaměřený na prodej elektroniky a elektrospotřebičů, který provozuje 30 prodejen v ČR, Maďarsku a Polsku a je součástí firmy DSG international s ročním obrátem 11,7 mld. eur, oznámil předběžné finanční výsledky.

V posledním 24týdenním období končícím 13. října 2007 vzrostl obrát společnosti o 16 % na 98,1 mil. eur. Celkový objem obrátu DSGi group vzrostl o 8 % na 4,9 mld. eur, identické prodeje vzrostly o 5 %.

Prologis dokončil výstavbu DC

Společnost ProLogis, poskytovatel distribučních objektů a služeb, dokončila na Slovensku výstavbu distribučního centra o výměře 50 tisíc m² pro společnost Tesco. Nový areál se nachází v nově budovaném Logistickém parku ProLogis Galanta-Gáň asi 60 kilometrů severovýchodně od Bratislavy. Tesco bude zařízení využívat jako své hlavní skladové a distribuční centrum pro zákazníky ve střední a východní Evropě. Objekt byl dokončen ve čtvrtém čtvrtletí letošního roku. Retailer může v parku využít víc než 14 tisíc m².

Milka zdraží

Jako novoroční dárek si společnost Kraft Foods Austria pro své zákazníky připravila netradiční dárek: Zvýší cenu jedné z nejznámějších čokolád na světě – Milky. Hodnota a přesný časový horizont, kdy by čokoláda s fialovou krávkou měla podražít, firma ještě neupřesnila. Zvýšení ceny je reakcí koncernu na stále stoupající náklady energií a surovin.

Dárková balicí služba Giftisimo

Značka Giftisimo, nabízející luxusní dárkové balicí služby, otevřela své pobočky v letošním předvánočním období v rekordních patnácti obchodních centrech v ČR a SR. „Vzrůstající zájem o naše služby je pro nás skutečně pozitivní zprávou. Potvrzuje se tím totiž vysoká kvalita našich služeb, na které celou značku Giftisimo budujeme,“ uvedl Tomáš Lichtenberg, jednatel společnosti ARNB, pod jejíž křídla značka Giftisimo spadá.

Dárky jsou pro zákazníky baleny buď přímo na místě v jednotlivých provozovnách, nebo se připraví předem a klientovi (či některému z jeho blízkých nebo partnerů) se přivezou již zabalené. Samozřejmostí je i hromadné balení dárků a zhotovování luxusních dárkových košů podle přání zákazníků.

Elektronika s dětským designem

Televize pro princezny, CD přehrávače v pirátském stylu, rádia s designem filmu Cars či budík pro lesní vílu. V podobném duchu jsou veškeré výrobky dětské spotřební elektroniky, která nyní přichází na český trh. Jedná se o novou řadu vyvinutou společností Walt Disney electronics.

Jednotlivé kolekce jsou určeny pro děti ve věku od 8 let a zahrnují televizory se zabudovaným DVD přehrávačem, elektronické radiobudíky a stolní CD přehrávače. Jsou v prodeji v obchodech Hypernova, Electroworld a hračkářství Bambule, Pompo a Puntanela. Od 10. listopadu lze také tyto výrobky objednat v internetovém obchodě www.e99.cz.



Tesco a Rewe soupeří o Plus

Čtvrt miliardy eur, tedy zhruba 6,6 mld. Kč - to je částka, za kterou se v nejbližší době prodá 145 českých prodejen značky Plus. Podle informací HN tuto cenu nabídli hned dva zájemci - řetězce Rewe a Tesco. Rewe v ČR vlastní Penny Markety a Billy. Jednání jsou ve finále a podle znalců trhu je částka odpovídající. Plus-Discount měl loni tržby 12 mld. Kč a jeho management má v branži dobrou pověst. „Pro oba řetězce má nákup Plusu smysl. Rewe, které vlastní Penny, potřebuje svoji diskontní síť výrazně posílit. A Tesco nyní zase rozjíždí nové formáty, takže by prodejny ani nemuselo moc předělávat,“ říká Zdeněk Skála ze společnosti Incoma Research. Klesající počet hráčů na přeplněném českém trhu je podle ekonomů jedním z důvodů, proč v současnosti tolik rostou ceny potravin.

Incoma Consult ne, Blue Events ano

Na základě dohody všech společníků se společnost Incoma Consult přejmenovala na Blue Events, zaměřenou výhradně na organizaci summitů, konferencí a dalších odborných eventů. Zároveň vznikla nová společnost s názvem Blue Strategy, specializovaná na poskytování strategického poradenství. Značka Incoma tak zůstane značkou používanou výhradně společností Incoma Research.

Master předčil očekávání

Prodej dvou nových speciálů Plzeňského Prazdroje, které byly na trh uvedeny letos v dubnu, 18° tmavého a 13° polotmavého piva Master, překročil původní očekávání. Za necelé dva měsíce bylo prodáno již více než 20 % plánovaného ročního obrátu. Počátkem prosince vyhlásil pivovar již tisíce provozovnu, kde mohou zákazníci pivo Master ochutnat, a to restauraci Černý Baron na pražském Václavském náměstí.

Ke zvýšení prodeje přispěla také promokampaň této značky. V dubnu a květnu probíhala první vlna promoakcí ve vybraných restauracích po celé ČR. Druhá vlna byla spuštěna v říjnu a trvala do poloviny prosince. Brand manažer pro značku Master Milan Gába do budoucna nevylučuje prodej speciálů i v maloobchodních prodejnách. Bude mu ale předcházet důkladné dotazování mezi konzumenty a analýza předpokládaného zájmu.



Zajistěte si již nyní předplatné časopisu REGAL na rok 2008

na predplatne@economia.cz, případně na www.eregal.cz

nebo na telefonním čísle 800 11 00 22.

**Předplatitelé časopisu REGAL
mají přístup do on-line archivu
ZDARMA na adrese**

<http://predplatitel.ihned.cz>

Řešení zrychlí chlazení majonéz

Společnost Air Products, dodavatel technických plynů a souvisejícího technologického vybavení, nabídla výrobcům a zpracovatelům majonéz novinku určenou na její chlazení. Zchlazovač omáček Freshline Continuous Sauce Chiller využívá technologii přímého vstřikování kapalného dusíku, díky níž lze majonézu prudce zchladit, aniž by došlo k přerušení výrobního procesu. Zatímco dříve bylo v rámci výrobního procesu nutné majonézu chladit z přibližně 40 °C na 5 °C ve velkých chladicích prostorech v průběhu několika dní, díky nové technologii se doba chlazení krátí na několik sekund.

Dell a DSGi se dohodly

Od ledna 2008 budou mít zákazníci firem Dell a DSGi international možnost koupit sortiment notebooků a stolních počítačů Dell prostřednictvím prodejen PC World, Currys a Currys.digital ve Velké Británii, jakož i v internetovém obchodě Dixons.co.uk. Výrobky Dell si zákazníci budou moci zakoupit také prostřednictvím evropské sítě obchodů DSGi, mezi které patří například Electro World, PC City a Elkjop. Společnost Dell plánuje prodej svých systémů v prodejnách DSGi v ČR, Maďarsku a Polsku.

Tato dohoda znamená, že bude možné využít všechny dosavadní prodejní kanály, tj. telefonní zákaznické linky, navštívit internetový obchod anebo nově zajít přímo do maloobchodních prodejen po celé Evropě.

Odkud jsou ty pomeranče?

Od prvního ledna 2008 musí být na všech druzích ovoce a zeleniny uvedena země původu. Toto povinné označení platí už nyní, ale pouze u druhů, které taxativně stanovuje dokument Evropské prodejní normy. Na základě evropského práva (článek 2, odstavec 1 nařízení č. 1182/2007) budou muset mít do budoucna všechny druhy ovoce a zeleniny na sobě vyznačenu zemi původu. Nové nařízení, na jehož dodržování bude dohlížet řada kontrol na všech úrovních prodeje a během importu i exportu, se týká všech členských států EU.

Jak označení bude vypadat, ještě není zcela jasné; s největší pravděpodobností ale budou na obalu samotného produktu a na doprovodném letáčku dodatečné informace. Země původu se bude muset uvádět na faktuře, stejně jako v doprovodných materiálech v rámci interního provozu firmy (např. od místa rozřídění až ke konkrétní prodejně). Předpis se netýká pouze účtenek při prodeji koncovému spotřebiteli.

Bio Summit 2008

Společnosti Green marketing a Blue Events pořádají 27. března 2008 mezinárodní odbornou konferenci BioSummit na téma marketing a prodej biopotravin, a to v rámci doprovodného programu veletrhu BioStyl v Průmyslovém paláci na pražském Výstavišti. Nabídnou příležitost pro interaktivní diskuse s nejrespektovanějšími odborníky v oboru biopotravin v Evropě, od kterých se lze dozvědět, jak úspěšně využít segment biopotravin ke zvýšení tržeb a loajality zákazníků, jaká specifika má trh s biopotravinami, v čem se liší očekávání zákazníků či jaké komunikační strategie v oboru biopotravin lze nejlépe využít.

Pálffy delikatesy – dárek pro opozdilce

Vánočním dárkem pro vyznavače vybraných lahůdek mohou být Pálffy delikatesy, které uvedla na trh restaurace Pálffy palác. Jsou to pokrmy zavařené do skleněných dóz připravené šéfkuchařem restaurace Lukášem Váchou. Neobsahují chemické konzervanty a jejich trvanlivost je jeden měsíc. Na obalu je uveden také způsob podávání a několik rad šéfkuchaře k jejich přípravě, včetně tipů na vhodné přílohy.

Celkem pět delikates si lze za 240 Kč a 270 Kč koupit v restauracích Pálffy palác, Cafe Cafe a v Caffetteria a v provozovnách Global Wines Jesenice a Horoměřice, nebo si je objednat na www.palffy.cz a www.wine-depot.cz.

Ryby budou dražší

Kvůli stále se zdrazujícím vstupům energií, pohonných hmot a hlavně obilovin, kterými se přikrmují ryby, bude ve srovnání s loňským rokem letošní cena ryb vyšší. Společnost Rybářství Rychvald odhaduje cenu ryb v předvánočním období u maloobchodců na stáncích kolem 78 Kč za kilogram u kapra I. třídy a kolem 83 Kč za kilogram u kapra výběrového.

„Přímo na stáncích, kam bude dodávat ryby naše firma, se bude kapr prodávat za cenu pod 80 Kč za kilogram,“ dodává Pavol Šovčík, manažer marketingu a prodeje společnosti Rybářství Rychvald.

Kostecké uzeniny v novém designu

Společnost Kostecké uzeniny přichází s re-designem loga, obalů, webových stránek a zároveň uvádí na trh nové produkty.

„Cílem změn je zvýšit povědomí o značce, zdůraznit kvalitu výrobků a posílit pozici lídra na trhu,“ vysvětluje Mojmír Zaydlar, obchodní ředitel firmy. Rebranding bude dokončen do konce první poloviny roku 2008.

Podpoří jej kompletní rebranding vozového parku, označení prodejních míst, POS a další reklamní nosiče, ATL komunikace, PR a sampling. Do konce roku 2007 bude obaly zdobit pečet s emblémem 90. výročí, které Kostecké uzeniny letos slaví.



Rauch bude fair

Výrobce ovocných šťáv a džusů Rauch vstoupil na trh s fair trade výrobky. Od listopadu letošního roku je v rakouských obchodech k dostání džus značky Happy Day, který nese označení fair trade. Podle vedoucího prodeje firmy Rauch Daniela Wüster se tento trend rozšířil postupně. „V gastronomii už tyto džusy figurovaly v podobě lahvičky o objemu 0,2 litru, velkou poptávku jsme ale zaznamenali také v maloobchodě. Sociální aspekty tohoto počínu také nejsou zcela zanedbatelné, proto jsme s poptávkou spokojeni.“ Nové džusy by se měly objevit například v prodejnách Spar.

Nové označení kvůli „Evropě“

Evropská unie si chce povinné informace o složení potravinových výrobků „pojistit“ zákonem. Informace o obsahu cukru, tuku nebo soli by měly být viditelně vyznačeny přímo na obalu výrobku, čemuž se výrobci usilovně brání. To by totiž znamenalo zcela novou výrobu, respektive přepracování obalů. Kritické hlasy také upozorňují na příliš komplikovaný systém, ve kterém se spotřebitelé jen těžko vyznají. Trend označovat složení potravin už delší dobu praktikují výrobci jako Nestlé, Unilever, Kraft Foods nebo Danone.

Personálie

- Současný generální ředitel českého Fordu Vladimír Vošický byl k 11. 12. jmenován do nově vytvořené pozice director, Romania Growth Project, European Sales Operations. Bude sídlit v Bukurešti a bude spolu s rumunským dovozcem pracovat na řízení další fáze rozvoje obchodu s osobními a užitkovými vozy Ford v Rumunsku. Jeho nástupcem se stane Jan Laube, jenž byl dosud prodejním ředitelem společnosti FMC. Dosavadní pravomoce Jana Laubeho jako šéfa prodeje převzme dnešní ředitel marketingu FMC Ota Sedláček. Ten byl k 1. 1. 2008 rovněž jmenován do nově vytvořené pozice prodejního a marketingového ředitele Fordu v ČR.

- Pivovar Ostravar ze společnosti Pivovary Staropramen má nového vrchního sládku. Od začátku prosince stojí v čele ostravského producenta piva Hans-Arnd Dahnken z Německa. Ve funkci nahradil o dva roky mladšího Roberta Kuželu, který nyní vede oddělení logistiky společnosti Pivovary Staropramen. Hans-Arnd Dahnken se vyučil v německém pivovaru Becks a diplomovaným vrchním sládkem se stal po absolvování Technické univerzity ve Weihenstephanu. Kromě působení v pivovaru Becks uplatnil Dahnken své znalosti také v dalších zemích v rámci skupiny InBev, naposledy v karibském pivovaru Bucanero.

Čtete časopis REGAL!

Ukázkový výtisk ZDARMA si můžete objednat na internetové adrese

<http://ib.ihned.cz/predpl/a/nazk.php?tit=RE>



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.