

# REGAL

line

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 5/07, 6. 2. 2007

## Hysterie kolem listerie

O více než 100 milionů korun klesly tržby největšího tuzemského mlékárenského výrobce Madeta v souvislosti se zprávami o možném výskytu bakterie, způsobující nebezpečnou listeriózu, v některých měkkých sýrech. Na tiskové konferenci to 29. ledna řekl generální ředitel Milan Teplý.

Firma v prvním měsíci roku vyráběla například sýry Romadur a Niva na úrovni 40 % běžného objemu produkce. Navíc smluvně dohodnuté dodávky sýrů kvůli obavám z listerie odřekl nejmenovaný obchodní řetězec. „V lednu jsme na zisku přišli o 6,4 milionu korun,“ uvádí Milan Teplý. Kontrolní orgány přitom podle něho v Madetě, která do modernizace provozů v posledních letech investovala 250 milionů korun, výskyt bakterie vůbec nezjistily. Ložtické tvarůžkárně společnosti A.W.

klesly v souvislosti s listerií tržby jen mírně. „Náš propad představoval částku do jednoho milionu korun. Prodej se již vrátil do normálu,“ říká jednatel firmy Karel Hlaváček. V jeho podniku se objevila bakterie loni na podzim a firma zastavila na dva týdny výrobu.

Povltavské mlékárny Sedlčany, tradiční výrobce sýrů Hermelín a Lučina, zatím nedokážou odhadnout, nakolik jejich prodej negativně ovlivnily zprávy o možném riziku výskytu bakterie způsobující nebezpečnou listeriózu. „Vlivů na prodej je víc, těžko se to určuje,“ říká náměstek generálního ředitele Jaroslav Štemberk. Tržby firmy se ale podle něj výrazně nesnížily. Podle ředitele Potravinářské komory Miroslava Koberny v ČR v souvislosti s listerií neplatí, že by šlo zejména o problém sýrů. Mezi rizikovější výrobky patří například některé měkké salámy, výrobky z mletých mas nebo saláty. Problémy s poklesem poptávky kvůli listerii mají i další mlékárny, ale i výrobci lahůdek. Těm v lednu klesl obbyt na třetinu a při dlouhodobějším trvání problému by podle nich mohlo začít docházet ke krachům firm a propouštění zaměstnanců.



## PPL CZ – další modernizované depo

Společnost PPL CZ začátkem nového roku přesunula jedno ze svých páteřních dep, depo 06 Brno. Nachází se nyní v nově vybudovaném, moderním objektu a je vybaveno pokrokovou třídící a přepravní technologií Van Riet.

Otevření brněnského depa proto plynule navazuje na modernizaci dep, jež proběhla v roce 2006, kdy byla otevřena celkem tři nová depa (Ostrava, Praha Řeporyje, České Budějovice). Do konce roku se počítá s otevřením dalších dep, budovaných ve spolupráci s DHL (Plzeň, Teplice, Hradec Králové). Společnost PPL CZ v loňském roce přepravila celkem 11,65 milionu zásilek, což představuje meziroční nárůst o 36 %. Letos firma plánuje přepravit 14,5 milionu zásilek, tedy dosáhnout meziročního růstu 25 %.

## Pivovar Holba navýšil produkci

Pivovar Holba v loňském roce vystavil více než 435 tisíc hektolitrů piva a navýšil tak produkci o 2000 hektolitrů. Holba si tak stále drží svou pozici mezi prvními desítkami pivovarů na trhu a patří jí zhruba 3% podíl. Nejvíce šla loni na odbyt oblíbená jedenáctka a vlajková loď pivovaru Holba Šerák, celkem se jí prodalo 194 880 hektolitrů a stabilně vykazuje růstový potenciál. „Na saturevaném trhu, jako je ten náš, za úspěch považujeme každý hektolitr navíc,“ vyjadřuje spokojenost výkonný ředitel Vladimír Zika.

Objednejte si **ZDARMA** ukázkový výtisk odborného měsíčníku **REGAL** na internetové adrese [www.eregal.cz](http://www.eregal.cz) nebo e-mailem na [predplatne@economia.cz](mailto:predplatne@economia.cz), případně telefonicky na čísle 800 11 00 22.



## V 1. ČÍSLE MĚSÍČNÍKU REGAL MIMO JINÉ NAJDETE:

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

Regal 1/2007 vyšel 23. ledna  
Předplatné na [www.eregal.cz](http://www.eregal.cz)

**economia**  
OBSAH ROZHODUJE

## Pepsi jde po mládí

V rámci globální inovace značky, zaměřené na její přiblížení mladším spotřebitelům, představuje Pepsi 35 různých obalových designů. Je to zatím jen pojedenačtý, co ve své 109 let trvající existenci tato značka změnila svůj vzhled. Použité grafiky vytvořené americkými agenturami budou využívat témata spojená s dospívajícími a mladými dospělými. Zobrazení představující módu, sport, hudbu a automobily se objeví na obalech Pepsi, Pepsi Max a Diet Pepsi ve Velké Británii na konci března. Globální logo a písmo Pepsi zůstanou beze změn. Každá oblast bude mít možnost doplnit další designy, včetně promocií a odkazů na webové stránky, kde mohou spotřebitelé najít exkluzivní obsah.

Podporu bude tvořit kampaň zahrnující merchandising v místě prodeje, televizní a rozhlasové spoty, tisk a internetové aktivity. Ve Spojených státech plánuje Pepsi měnit designy obalů vždy po několika týdnech. Mluví britské Pepsi uvedl, že designy se v této ostrovní zemi budou měnit méně často.

## Rekordní důvěra v úspěch

Generální ředitelé ze střední a východní Evropy se obávají přílišné regulace a nedostatku odborníků. Proces globalizace je poháněn pokračující oblibou fúzí a akvizic. Negativních dopadů globálního oteplování se obává 40 % generálních ředitelů. Důvěra generálních ředitelů v možnost dosáhnout nárůstu zisku (pokračování na straně 2)

## Úvěry za více než sedm miliard

Společnost Home Credit v roce 2006 financovala nákupy klientů v celkové výši 7,1 mld. Kč, což v meziročním srovnání představuje nárůst o 6 %. Nejúspěšnějším obdobím se stal tradičně závěr roku, kdy firma nabízí mimo jiné zvýhodněné produkty pro vánoční sezónu.

Pro loňské čtvrté čtvrtletí společnost navíc připravila zcela novou produktovou řadu: kreditní kartu Home Credit s opakovaným bezúročným obdobím v délce až 51 dnů a speciální nabídku jednorázového spotřebitelského úvěru pro obchodní síť.

## Nové obchodní centrum předává prostory

Společnost U. D. – Luka, která je členem mezinárodní společnosti Urban Developers and Investors, již zcela dokončila stavební práce a předala prostory nájemníkům, mezi které patří například Tesco, Česká spořitelna nebo Rossman. Zároveň bylo zahájeno kolaudační řízení. V polovině března, konkrétně 15. 3., se tak budou moci přijít zájemci podívat, jak se původní rozestavěné torzo z předrevoluční doby proměnilo v moderní obchodní centrum přímo na zastávce metra Luka.

## Kampaň 9 mýtů o stáří

V rámci projektu Společnost přátelská všem generacím zahájil třinecký výrobce doplňků stravy a léků Walmark kampaň pod názvem 9 mýtů o stáří. Na pulty lékáren a současně i ke statickým občanů se tak dostávají jako součást obchodního balení vybraných produktů Walmarku (Arthrostop, Coenzyme Q 10, Denoxinal, GinkoPrim, Prostenal, Urinal, Varixinal a Megacéčko aktiv) přibalové letáky, které informují o devíti nejrozšířenějších mýtech či obavách spojených se stářím. Každý obsahuje vždy popis jednoho mýtu a několik rad, informací a kontaktů pro snazší zvládnutí popsaných životních situací.

## Zájem o mléčné biopotraviny roste

Mlékárna Olma letos téměř ztrojnásobí svou produkci bio mléka a bio jogurtů. Díky novým dodavatelům se firma dostává v průměrném denním nákupu bio mléka až na zhruba 15 tisíc a nadále jedná o dalších dodávkách v tuzemsku i zahraničí.

Olma vyrábí certifikované biopotraviny pod značkou Olma Bio a Bio Via Natur již od roku 2000, kdy jako první mlékárna u nás získala certifikát opravňující k výrobě biopotravin. „Poptávka po našich biopotravinách se neustále zvyšuje. Souvisí to s růstem životní úrovně zákazníků. Lidí, kteří tyto potraviny cíleně vyhledávají, přibývá,“ říká Lubomír Románek z oddělení marketingu olomoucké mlékárny.



## Vyšší obrat společnosti Activa

Obrat distributora kancelářských potřeb, společnosti Activa, dosáhl v roce 2006 částky 1170 mil. Kč, což představuje 8% nárůst oproti předchozímu roku a mírně zvýšené tempo meziročního růstu. „K dosažení těchto ekonomických výsledků přispěl zejména vývoj na trhu kancelářských potřeb a úspěšná obchodní činnost, která vedla k nárůstu počtu zákazníků o 6 %,“ uvádí Martin Holoubek, vedoucí obchodní zástupce firmy. Nejvýznamnější komoditou z hlediska obratu je papír, dále archivační potřeby, kancelářská technika, spotřební materiál a občerstvení.

## Nejlepší výsledky měl Kozel

Celkový prodej značek Plzeňského Prazdroje dosáhl v kalendářním roce 2006 doma i v zahraničí téměř 10,7 milionu hl, což představuje meziroční nárůst 5,7 %. K nárůstu objemu přispěly zejména prodeje v zahraničí, včetně licenční výroby. Domácí prodeje zaznamenaly růst o 2,4 % na celkových 8,1 milionu hl. Nejvíce vzrostly jeho prodeje v regionu jižních Čech, kde stoupl meziročně o 7 %. Značka Pilsner Urquell zvýšila prodané objemy o 4,6 %. Nejlepších meziročních výsledků dosáhl Velkopopovický Kozel s nárůstem 10,3 %.

## Nový přístup k bankovním poplatkům

GE Money Bank přichází s výhodnými konty Genius Active a Genius Active+, v jejichž rámci majitel dopředu ví, kolik měsíčně na bankovních poplatcích zaplatí. Navíc ušetří, protože platí jeden měsíční paušál místo poplatků za jednotlivé služby a transakce. Klient, který chce přejít do GE Money Bank, také nemusí projít zdoluhavým, administrativně náročným procesem. O vše se zdarma postarají zaměstnanci GE Money Bank. Pro potřeby podnikatelů byla připravena karta Genius Business Active a Genius Business Active+.

„Při přípravě karta Genius Active jsme se inspirovali potřebami našich zákazníků i zkušenostmi ze zahraničí. Tam je účet založený na jednom paušálním poplatku značně využíván. Předpokládáme, že karta typu Genius Active budou do několika let výrazně dominovat i na tuzemském trhu,“ říká Jan Rollo, ředitel retailového bankovníctví GE Money Bank.

(pokračování ze strany 1)

docílila rekordní úrovně: Počet ředitelů, kteří věří, že během příštích 12 měsíců zvýší zisky, se oproti roku 2002 téměř zdvojnásobil.

Toto zjištění vyplývá z 10. vydání celosvětového průzkumu názorů generálních ředitelů, který byl zveřejněn na Světovém ekonomickém fóru v Davosu.

## Marks & Spencer na Slovensku

Od března 2007 začne na slovenském trhu působit značka Marks & Spencer. První prodejna bude otevřena v nově vybudované části bratislavského obchodně-zábavného centra Avion Shopping Park. V ČR provozuje prodejny Marks & Spencer akciová společnost COMS, majitel slovenského franšizového zastoupení, kterým je MSF Slovakia. Na jednom podlaží o 1500 m<sup>2</sup> budou pro slovenské zákazníky připraveny dámské kolekce a pánské řady, chybět nebude ani dámské spodní a noční prádlo.

Druhá prodejna, vlajková loď v SR, bude otevřena v roce 2009 v nově budovaném centru Eurovea. Kromě oděvů bude nabízet i toaletní potřeby a kosmetiku, domácí potřeby, doplňky, potraviny a vína. Prodejna by měla být dvojpodlažní. Uvažuje se zde i o kavárně Café Revive, která je známá nabídkou tzv. fěrové kávy.

## Pece z Předměřic v Kuvajtu

Pekařské pásové pece za 50 mil. Kč vyexportovala v lednu společnost J 4 z Předměřic nad Labem na Královéhradecku. Největším lednovým odběratelem byl Kuvajt, kam firma už v minulosti dodala devět průmyslových pecí a pro rok 2007 má kontrakty na dodávky dalších deseti. „Na počátku roku máme připravený export kromě Kuvajtu také do Francie, Ruska, Brazílie, Moldavska a na Slovensko,“ uvádí spoludávatel firmy Josef Mázl. Společnost J 4 byla založena v roce 1994 a zabývá se vývojem a výrobou pekařských pásových tunelových cykloterminických pecí a dodávkami celých pekařských a pečivářských linek a pekáren. Pece jsou určeny na pečení jak žitného, žitnospšeničného či pšeničného chleba, tak i různých druhů pečiva, piškotů a mnoha dalších pekařských výrobků.

## Tesco vzdalo boj?

Společnost Tesco Stores se už nebude snažit o převzetí čtyř slovenských hypermarketů francouzské sítě Carrefour. Slovenskému deníku Hospodárske noviny to řekla ředitelka vnějších vztahů řetězce Tesco Oľga Hrnčiarová. Antimonopolní úřad (PMÚ) potvrdil, že Tesku již uplynula lhůta k odvolání.

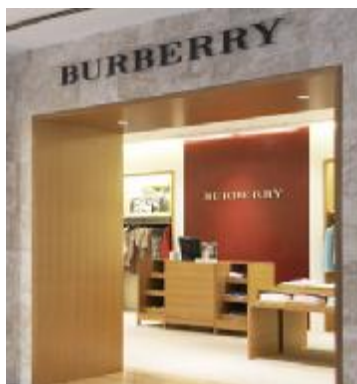
Podle dohody z roku 2005 mělo Tesco získat 11 českých hypermarketů Carrefour a čtyři slovenské prodejny tohoto řetězce. Tesco chce naopak Carrefouru nechat svých šest obchodů a dvě obchodní centra na Tchaj-wanu a doplatit mu 57,5 mil. eur. Na českém trhu už prodejny Carrefouru převzalo.



## Britský Burberry přijde do Prahy

Britský prodejce luxusního zboží Burberry letos podle serveru týdeníku Czech Business Weekly otevře obchod v Pařížské ulici v Praze.

Firma Burberry oznámila, že se otevření prodejny chystá na poslední čtvrtletí roku. Prodejnu bude mít v místě, kde byl do loňského února Louis Vuitton, než si pronajal větší prostor v téže ulici. Zástupci společnosti věří, že se jim investice do 133 m<sup>2</sup> vrátí a že reakce zákazníků na nabízené zboží bude silná. V Čechách zatím Burberry prodává své zboží pouze na letišti v Ruzyni prostřednictvím autorizovaných prodejců. Na trh ve střední Evropě vstoupila v září 2005, a to otevřením prodejny v Polsku.



## Spojení Schlecker – Droxi schváleno

Německý drogistický řetězec Schlecker se v závěru ledna stal stoprocentním majitelem firmy Droxi, která v ČR provozuje síť zhruba 130 drogistických prodejen. Transakci na začátku letošního roku schválil Úřad pro ochranu hospodářské soutěže (ÚOHS). Částka, za kterou Schlecker společnost Droxi koupil, nebyla zveřejněna. Schlecker zřejmě plánuje další expanzi, protože pomocí inzerátů zveřejněných na svých českých internetových stránkách hledá zaměstnance a nové obchodní prostory ve městech nad 5000 obyvatel. Zájem má o prodejny na peších zónách, hlavních obchodních třídách, v obchodních centrech a centrech měst.

## Ostravar v nových láhvích

S novým designem svých láhví přichází pivovar Ostravar. Jako první velká severomoravská značka opouští Ostravar unifikované NRW láhve a začíná své pivo stáčet do moderního obalu. Zákazníci si tak mohou od začátku února koupit Ostravar v novém balení. „NRW láhve nám neumožňovaly žádné odlišení naší značky od konkurence, proto jsme se nyní rozhodli vybrat pro Ostravar zcela nový tvar láhve,“ říká Pavel Barvík, manažer značky Ostravar. Uvedení nových láhví na trh bude podpořeno lokální mediální kampaní, jejímž ústředním motivem je slogan Léty prověřená chuť v novém. Nosnými médii budou print a outdoor.



## XXXLutz převezme Europa Möbel

Diskontní rakouský řetězec prodejen nábytku XXXLutz převezme čtyři obchodní domy, které patří českému subjektu EM obchodní společnost (Europa Möbel). Informoval o tom rakouský ekonomický deník Wirtschaftsblatt. XXXLutz stojí před úplným převzetím české firmy, která provozuje obchodní domy s nábytkem v Praze, v Brně, v Ostravě a v Bratislavě. Obchod údajně ještě musí schválit kartelové úřady. Dnešní diskontní obchodní domy označené písmeny EM v Česku a na Slovensku by brzy mohly nést název Möbelix, jak XXXLutz označuje své levné prodejny a internetové obchodní domy. XXXLutz, sídlící v rakouském Welsu, je s obrátem kolem 2,2 mld. eur druhým největším prodejcem nábytku v Evropě po švédském gigantu IKEA. V Českých Budějovicích provozuje obchodní dům s nábytkem Roller, který získal při koupi síť prodejen další rakouské společnosti Braunsberger.

Právě vychází

## Hotel&Spa Management

Nový odborný časopis pro profesionály  
v hotelovém a lázeňském průmyslu



Objednejte si ZDARMA ukázkový výtisk: [www.economia.cz/nazk](http://www.economia.cz/nazk)

economia  
OBSAH ROZHODUJE

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

## Henkel je druhý nejodpovědnější

V hodnocení nejodpovědnějších společností v roce 2007 zaujala společnost Henkel druhé místo. Byla oceněna jako sociálně odpovědná firma s dobrým přístupem k udržitelnému rozvoji. Šlo o evropský rating sociální odpovědnosti firem, v němž se porovnává 120 největších společností. Firma byla navíc znovu zařazena do rodiny firem Global 100: společnosti nejlépe uplatňující principy udržitelného rozvoje na světě, vyhlášené kanadskou finanční a poradenskou firmou Innovest Strategic Value Advisors.

V účetním roce 2006 vykázala skupina Henkel obrát 12 740 mil. eur, což představuje meziroční nárůst o 6,4 %. Organický růst, tj. růst upravený o kurzové vlivy a dopad akvizic a dezinvestic, dosáhl 6 % a převýšil již tak úspěšný růst v předchozím roce.

## Edeka plánuje vlastní značku

Obchodní skupina Edeka je zase o krok blíž svému záměru získat pozici národního „retail brandu“. Jak potvrdil zástupce firmy, Edeka testuje v současné době národní značku v segmentu ovoce a zelenina. Edeka Südbayern tak nabízí „označovanou“ jablka, pomeranče a jiné produkty tohoto segmentu, přičemž důraz se klade především na ten prémiový. Pokud se testovací fáze povede, mohlo by toto úsilí střednědobě vyústit v zavedení vlastní značky Edeka, oznámila hamburská centrála. Už nyní Edeka zásobuje svoje obchodníky třemi značkami produktů ze sektoru ovoce a zelenina: Rio Grande, Gärtner's Beste a Bio Wertkost.

## Personálie:

- Erich Čomor nastoupil od 1. února 2007 do funkce generálního ředitele a předsedy představenstva společnosti Home Credit a Home Credit Slovakia. Tyto posty přebíral od Miloše Stibora, který byl v mateřské skupině PPF pověřen jinými úkoly.
- Tiskovou mluvčí společnosti Home Credit se k 1. únoru stala Olga Mužiková. Na této pozici bude zodpovědná za komunikaci s médii v České republice a na Slovensku.
- Kevina Rollinse, dosavadního generálního ředitele a člena představenstva společnosti, nahradil 31. ledna s okamžitou platností ve funkci Michael Dell, který však i nadále zůstane předsedou představenstva.

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](mailto:regal@economia.cz); Magda Etzlerová, inzertní manažerka časopisu, tel.: 233 073 170, fax: 233 072 730, [magda.etzlerova@economia.cz](mailto: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.