

KlasA se představuje v nové kampani

Národní značka kvality KlasA má novou reklamní kampaň. Klade v ní důraz na kvalitu potravin a její dvojnásobnou kontrolu. Ústředním tématem se proto stala dvojice kontrolorů, kteří zkoumají kvalitu potravin s touto značkou.

Komunikace značky KlasA se posunula do další fáze. Zatímco v první kampani bylo zapotřebí dostat značku do povědomí spotřebitelů, druhá kampaň se už zaměřovala na podporu nákupního chování. V letošním roce se Státní zemědělský intervenční fond, jenž značku KlasA spravuje, rozhodl vyzdvihnout nejdůležitější charakteristiku potravin se značkou KlasA, a sice jejich kvalitu. To, že kvalita potravin se značkou KlasA je skutečná a prověřená, ilustruje v nové kampani dvojice kontrolorů. Potraviny se značkou KlasA totiž na rozdíl od ostatních potravin podléhají dvojnásobné kontrole. První kontrolou je již samotný proces žádosti o udělení značky KlasA, kde musí výrobce prokázat nadstandardní kvalitativní charakteristiku výrobku. Do jednoho roku pak jeho kvalitu prověřuje i Státní zemědělská a potravinářská inspekce ve spolupráci se Státní veterinární správou. Obě instituce opakují kontroly namátkově v provozu i v prodejnách.

Hlavní myšlenka „Dvojnásobná kontrola kvality potravin“ se bude v různých podobách prolínat celou kampaní. Tu spotřebitelé vidí od května na billboardech, bigboardech a hypercubech v blízkosti velkých obchodních center. Reklama bude umístěna i v tisku, potraviny KlasA se představí i v regionech na roadshow a na dalších propagačních akcích, jejichž součástí budou i soutěže pro spotřebitele.

Novou reklamu pro značku KlasA připravila agentura Mather. Věřohodnost výsledné podoby byla konzultována s odborníky ze Státní veterinární správy.



Web Henkel ČR změnil podobu i strukturu

Na www.henkel.cz byly oficiálně spuštěny nové webové stránky společnosti Henkel ČR. Od těch původních je na první pohled odlišuje nový design, přehledná struktura a mnohem větší množství informací. Důraz je kladen zejména na představení silných značek jednotlivých obchodních divizí a firemních hodnot, jako jsou inovace nebo sociální zodpovědnost. „Nový web je navržen v korporátních barvách – červené, bílé a šedé – a doplňují jej měnící se imageové obrázky vztahující se k jednotlivým sekcím. Uspořádání působí moderně a díky přehledným ikonám jsme obsahu stránek přidali na dynamičnost,“ uvádí k proměně Natálie Lorencová z oddělení komunikace Henkel ČR, která zodpovídala za koordinaci projektu v České republice.

Nový Smíchov hostil další francouzský trh

Na pátek a sobotu 16. a 17. května pozvala společnost Kazak Communication spotřebitele k ochutnání dobrého jídla a pití. Od 9 do 19 hod. mohli v obchodním centru Nový Smíchov ochutnat vína, sýry, klobásky, hořčici, džem, drůbež a husí játra z Francie. „Chceme, aby se Češi mohli seznamovat s francouzskými produkty. Každý měsíc proto dáváme dohromady několik tuzemských firem, které v části centra upravené do podoby trhu prodávají francouzské potraviny a nápoje,“ dodává Damien Perry z Kazak Communication. Na akce jsou zájemci zváni prostřednictvím e-mailů a odkazů na internetu.



V 5. ČÍSLE NAJDETE:

- World Retail Awards
- Informace rychle a přesně
- Kvalitní letní pití

Regal 5/2008 vyšel 13. května
Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Skladovací prostory pro Carrefour

ProLogis, vlastník, správce a developer logistických nemovitostí, oznámil, že podepsal s Carrefourem Polsko novou nájemní smlouvu o výstavbě průmyslových prostor v ProLogis Parku Będzin. Podle dlouhodobé smlouvy bude retailer využívat v parku budovu číslo 2. Společnost, která nedávno získala Ahold (mezinárodního provozovatele supermarketů a bývalého klienta společnosti ProLogis) také v ProLogis Parku Będzin plánuje pronájem 34 tisíc m² v budově číslo 1 a pronájem 21 200 m² v budově číslo 1 v ProLogis Parku Piotrków. Celkem bude Carrefour Polsko využívat ke skladování a k distribučním operacím prostory ve třech budovách ProLogisu o celkové rozloze téměř 67 tisíc m².

Značky Henkel na kanadském ledě

Společnost Henkel letos opět figurovala jako sponzor Mistrovství světa v ledním hokeji, které se konalo od 2. do 18. května v Kanadě. Poprvé firma využila netradičního spojení mužského sportu a tradiční cílové skupiny svých výrobků v roce 2004, když se stala oficiálním sponzorem hokejového mistrovství světa v České republice. Pro letošní mistrovství v Kanadě byly zvoleny značky Purex, Right Guard a LePage, které jsou na severoamerickém kontinentu již dobře etablovány.

Spar uvádí novou privátní značku

Rakouský Spar představil 8. května novou privátní značku: S-Budget. Řada sestává ze 45 produktů a zaměřuje se na základní potraviny, jako je rýže, ovoce a zelenina. Zahnuje také tradiční rakouská hotová jídla, například
(Pokračování na stránce 2)

Fruitissimo Fresh nabízí nápoj z Aloe Vera

S nástupem letní sezony přichází síť ovocných Fresh barů Fruitissimo s novým nápojem, čerstvým ovocným Fresh džusem s výtažkem z léčivé rostliny Aloe Vera. Fruitissimo Fresh se podařilo jako první společnosti v ČR vyvinout a uvést do prodeje koncept čerstvého ovocného Fresh koktejlu, jehož významnou složkou je právě výtažek z této rostliny, bohaté na vitaminy, enzymy, minerály a řadu dalších látek nepostradatelných pro správné fungování lidského organismu. „U všech našich produktů klademe maximální důraz na jejich prospěšnost lidskému zdraví. Koktejl z výtažku Aloe Vera jsme zatím v naší nabídce neměli a jeho zavedení pokládáme vzhledem k významu této rostliny pro organismus člověka za důležitý pokrok v naplňování této naší vize,“ uvádí Jan Hummel ze společnosti Fruitissimo.

K pátým narozeninám nové značky

Na jaře 2008 oslavil Palác Flóra páté výročí. Jako bonus nyní nabízí zákazníkům i dárek v podobě nových obchodů. V prostorách nákupní galerie se otevře dvacet obchodů známých značek, mezi které patří například obchody s oblečením Weekend by MaxMara, Gant Boys & Girls & Baby, Champion Kids, Cottonfield, Jackpot či Pietro Filipi. Dále se mezi nové obchody zařadí také kadeřnictví Cut and Color, Sparkys Dárky, obchod s módními doplňky a hodinkami Swatch Store nebo Bageterie Boulevard. „Oslavy pátého výročí pro nás byly signálem ke změnám. Naším cílem je obměna a rozšíření sortimentu značek a přínos něčeho nového pro naše zákazníky,“ říká Šárka Bušková, marketingová ředitelka Paláce Flóra. „Změnou neprochází jen obchody s oblečením, ale také obchody se službami a občerstvením. Po úpravě sezení ve čtvrtém patře jde tedy o další velkou změnu, která návštěvníkům naší nákupní galerie zpříjemní chvíle při nakupování a odpočinku,“ dodává.



Firemní platební karty patří k nejpoužívanějším

Firemní platební karty používá 91 % velkých společností. Nejsilnějším motivem pro jejich využívání jsou jednoznačně služební cesty. Nabídka tuzemských bank v oblasti firemních karet hodnotí téměř všechny oslovené společnosti pozitivně. Rozsáhlé a komplexní pojištění, možnost volby individuálního čísla PIN či tvorba vlastního designu karet – to jsou některé z vlastností, jež by české firmy u platebních karet ocenily. Tyto a další závěry vyplynuly z průzkumu, který realizovala společnost MasterCard mezi finančními řediteli českých firem.

„Podle průzkumu jsou nejsilnějším impulsem pro používání firemních platebních karet služební cesty. Tento důvod uvedlo 44 % respondentů. Dalšími významnými motivy pro používání tohoto produktu firemního bankovníctví je pohodlnost a operativnost při platbách za zboží a služby, omezení manipulace s hotovostí, větší bezpečnost, ale také zjednodušení vnitropodnikových finančních procesů či jistá forma standardu v reprezentaci při obchodních jednáních,“ dodává Ján Čarný, generální ředitel MasterCard Europe pro Českou republiku, Slovensko a Ukrajinu.

Gucci oficiálně v Praze

Dne 13. května byla v pražské Pařížské ulici oficiálně otevřena prodejna Gucci, která zde již fakticky funguje od letošního března. Přidala se tak k ostatním luxusním značkám, které se už na českém trhu etablovaly – Louis Vuitton, Chanel, Dior, Hugo Boss, Prada, Burberry, Cartier, Armani či Versace. Jak uvedla MFD, podle Marka Lee, šéfa značky Gucci, luxus nezná hranice. Luxus je podle něj úspěch a úspěšných lidí tady přibývá. Firma vloni utržila 2,2 mld. eur, to je jako čtvrtina obrátu Škody Auto. Zisk měla 647 mil. eur, to je 30 % z jejich tržeb.

Infor Performance Management pomáhá výrobcům

Infor, dodavatel softwaru pro společnosti a organizace, oznámil přínosy řešení Infor PM pro výrobní společnosti, které chtějí optimalizovat svou výkonnost a čelit výzvám a příležitostem globalizace. Infor PM 10, soubor integrovaných aplikací a analytických funkcí pro řízení obchodní výkonnosti, poskytuje specifickou funkcionalitu, jež pomáhá výrobcům získat reálný pohled na výkonnost svého výrobního zařízení a podniku jako celku, přesněji předpovídat budoucí výkonnost a redukovat čas potřebný k finanční konsolidaci z různých obchodních jednotek v různých regionech. K představení klíčových přínosů řešení PM pořádá 22. května Infor webový seminář. Více informací lze nalézt na <http://www.infor.com/company/events/pmfeiwecast0508>.

ORACLE a APS Outsourcing

Vás zvou na seminář na téma

“Jak efektivně řídit obchodní oddělení s využitím mobilní aplikace Jáchym”

Seminář je určen firmám z FMCG segmentu.

Více informací a možnost registrace na **800 142 386**

(Pokračování ze stránky 1)

klobásové knedlíky a jablečný štrúdl. Vedle Rakouska bude značka zavedena také v Itálii, Slovinsku, Maďarsku, Chorvatsku a České republice. Petr Jindra, marketingový ředitel Spar ČOS, žádné detaily neprozrazuje, pouze komentuje: „S uvedením většiny vlastních privátních značek společnosti Spar, které jsou uváděny na trh v prodejnách rakouského řetězce, se zpravidla počítá i v provozovnách společnosti v jeho dceřiných evropských pobočkách.“

Překonána hranice 300 milionů karet Maestro

Společnost MasterCard oznámila své provozní výsledky v evropském regionu za první čtvrtletí letošního roku. Jedním z nejvýznamnějších úspěchů je překonání hranice 300 milionů vydaných karet Maestro v Evropě. Počet karet Maestro vydaných partnerskými finančními institucemi v Evropě meziročně vzrostl o 4,5 % na 301 milionů. Evropsští držitelé karet mohou nyní karty Maestro používat k nákupům v 6,4 milionech obchodních míst na celém kontinentu. K 31. březnu 2008 vydaly partnerské finanční instituce v Evropě celkem 185 milionů karet MasterCard (bez značek Maestro a Cirrus), v prvním čtvrtletí letošního roku uskutečnili držitelé karet téměř 1,5 miliardy nákupních transakcí a karty MasterCard bylo možné používat na 7,5 milionech akceptačních míst.

Sealed Air otvírá školicí zařízení pro hotová jídla

Centrum Packforum zahajuje novou iniciativu ve formě Cryovac Food Engineering, což je organizace společnosti Sealed Air Cryovac, mající na starosti pořádání školicích kurzů pro pracovníky potravinářského průmyslu. Cílem je poskytnout jim znalosti v oblasti technik zpracování a balení potravin, což je zásadní pro vysokou kvalitu polotovarů. První kurz, který se týká mikrovlnného ohřevu, poskytuje znalosti o navržení produktu, jeho úpravě a designu obalu, které jsou nezbytné pro vývoj

(Pokračování na stránce 3)

Moravská vína zabodovala

Dne 26. dubna 2008 proběhl pátý ročník Spotřebitelského hodnocení biovin v Pavlově pod Pálavou. K ochutnávce a posouzení předností vybraných biovin z České republiky, Francie, Itálie, Německa, Rakouska, Španělska a Švýcarska se sešlo asi sto příznivců. Zúčastnilo se celkem 28 výrobků a vystavovatelů. 75 vzorků biovin bylo rozděleno do čtyř kategorií – bílá suchá, bílá polosuchá, červená suchá a polosuchá, sladká a dezertní vína plus sekty. Mezi vítěze z českých biovinářů se zařadili: Miloš Michlovský – Vinselekt Michlovský z Rakvic, Vlastimil Peřina – Vinný sklep Eben z Lednice na Moravě a František Mádl z Velkých Bílovic. Podobně jako v předchozích letech dali hodnotitelé nejvíce hlasů biovinům sladkým.

První televizní spot na značku Biolit

Společnost Lybar se rozhodla podpořit svou značku Biolit vůbec poprvé v historii televizní reklamou. „Značka Biolit je lídrem na trhu několika kategorií výrobků proti hmyzu. Prodeje navíc stále rostou. Televizní reklamou chceme pozici jedničky této značky ještě podpořit a posílit její postavení v dalších segmentech,“ doplňuje manažer značky Tomáš Veselý. Televizní spot podporuje elektrický odpařovač na mouchy a komáry, kterou značka Biolit uvádí jako jednu z novinek pro letošní sezonu. Za kreativním návrhem stojí české designové studio Fiala & Šebek společně s animačním studiem Bitmachine. „Televizní spot je kompletně vytvořený ve 3D animaci. Na výrobě se podíleli i někteří známí čeští herci a skladatelé,“ dodává manažer značky. Kampaň běží od 19. května na všech třech celoplošných televizích – Nova, ČT a Prima. Televizní spoty navíc doplní kampaň s POS materiály přímo v místě prodeje. Tato fáze podpory bude zahájena v červnu, tedy na začátku hlavní sezony, v hlavních obchodních řetězcích – Globus, Tesco a Ahold.

Tesco Standard má barevnou podporu

Od poloviny května probíhá komunikační kampaň na podporu výrobků značky Tesco Standard. Jejím cílem je zvýšit povědomí spotřebitelů o produktech značky Tesco, které zákazníkům nabízejí kvalitní alternativu. Kampaň, která je zaměřená na výrobky potravinového i nepotravinového sortimentu, komunikuje jednotlivé produkty formou in-store, inzercí, televizní reklamy a PR článků, které budou spotřebitele informovat o ucelených řadách výrobků, přibližovat jejich kvalitu, rozsah či ojedinělost. „Hlavním motivem je barevnost s cílem vysvětlit spotřebitelům, že pod značkou Tesco Standard se skrývají barevně pestré a různorodé obaly a přitom se stále jedná o výrobky značky Tesco,“ upřesňuje Lucie Turnovská, corporate affairs coordinator, Tesco Stores ČR.



Začíná bitva o mlékárnu Olma

Jak uvedly Hospodářské noviny, olomoucká Olma zřejmě změní majitele. Začínají se o ni přetahovat Madeta, tuzemská jednička v oboru, a investiční firma M. L. Moran, známá například i z transakcí s ústeckou Setuzou. Boj o Olmu ale bude komplikovaný. Odehrává se totiž v době, kdy se někteří akcionáři Olmy netají podezřením, že z mlékárny „unikají peníze“. „Obrátili se na nás znepokojení akcionáři, kteří se obávají o znehodnocení svého majetku,“ říká Zdeněk Šmejkal, spolumajitel M. L. Moran. Těmi akcionáři jsou desítky zemědělců, kteří mají podíly ve společnosti Milkagro. Ta drží v Olmě 51 % akcií.

Prodejna S5 získala cenu Microsoft Industry Awards

Systém společnosti Cigler Softwareer Software, Prodejna S5 – řešení pokladního prodeje pro podnikové informační systémy, vyhlásila společnost Microsoft vítězem v kategorii Maloobchod & Velkoobchod soutěže Microsoft Industry Awards 2008. „Ocenění si velmi vážíme, zvláště proto, že je uděleno v kategorii s druhým největším počtem účastníků. Cena potvrzuje, že Prodejna S5 je opravdu špičkovým produktem, využívajícím nejmodernější technologie a přinášejícím řadu konkurenčních výhod uživatelům, kteří hledají řešení pro maloobchod,“ tvrdí Zdeněk Palla, manažer divize pokladních systémů Cigler Software.

(Pokračování ze stránky 2)

potravinářských výrobků určených pro vaření či ohřev v mikrovlnné troubě. Cryovac Food Engineering dále nabídne kurzy na téma Konzervování potravin: zpracovatelské a obalové technologie a Vaření Sous-vide (vaření vakuově zabalených potravin) ve spolupráci se školou Alaina Ducasse. Více informací na www.sealedair-emea.com.

Nestlé Nespresso roste nejrychleji

Společnost Nestlé Nespresso, prodávající porcovanou kávu, zaznamenala v posledních sedmi letech průměrný roční růst 35 %. Na pozadí těchto údajů firma oznámila, že příjmy za rok 2007 převýšily o více než 40 % příjmy z roku předchozího. Je tak nejrychleji rostoucí složkou skupiny Nestlé a už druhým rokem patří mezi „miliardové značky“ Nestlé.

„Klíčem k našemu úspěchu je to, co nazýváme trilogií Nespresso: kombinace káv Grand Cru nejvyšší kvality, chytrých a stylových kávovarů a exkluzivní péče o zákazníka,“ říká Richard Girardot, generální ředitel společnosti Nestlé Nespresso.

Nejlepší nealkoholické pivo světa

Nealkoholické pivo Radegast Birell (Plzeňský Prazdroj) se stalo vítězem kategorie nealko pív v soutěži pivních značek World Beer Cup 2008. Ze slavnostního předávání cen, které proběhlo 8. května v německém Hóhr-Grenzhausenu, si přiváží zlatou medaili a ocenění „Nejlepší nealkoholické pivo světa“. V mezinárodní konkurenci se snažilo prosadit sedm pivovarských společností z České republiky. Plzeňský Prazdroj reprezentovaly značky Gambrinus, Radegast Birell a Velkopopovický Kozel. V odborné porotě zasedlo letos 129 hodnotitelů z 21 zemí světa. Kromě Radegastu Birell si cenu ze soutěže přivezl také Gambrinus. Ten získal bronzovou medaili v kategorii pív plzeňského typu.

Personálie

- Novým generálním ředitelem skupiny GE Money pro Českou republiku a Slovensko se stal Peter Herbert. Odpovídá za všechny společnosti působící v obou zemích, tedy za GE Money, GE Money Bank, GE Money Multi-servis a GE Money Auto.
- Tomáš Gawłowski, obchodní ředitel společnosti Coca-Cola HBC Maďarsko, bude působit jako generální ředitel Coca-Coly HBC v pobaltských zemích – v Litvě, Lotyšsku a Estonsku.
- Pavel Knorr, country manažer společnosti Lego Trading pro Česko a Slovensko, v dubnu rezignoval na svou funkci. Ve firmě Lego pracoval sedm let, z toho dva roky v čele pobočky.