

# REGAL *line*

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 24/08, 17. 6. 2008

## Milka Alpine Tour navštívilo více než 35 tisíc lidí

Roadshow společnosti Kraft Foods s názvem Milka Alpine Tour zavítala na přelomu května a června do České republiky. Během devíti dnů se jí zúčastnilo celkem 35 400 návštěvníků v osmi českých a moravských městech. Roadshow, která přivádí zábavu, alpskou přírodu a čokoládu, probíhá celý letošní rok a celkem navštíví 100 evropských měst. Do ČR se kamión Milka Alpine Tour přesunul z Rumunska a jeho další cesta vede na Slovensko a následně do Belgie. Na celkové ploše 400 m<sup>2</sup> se v rámci české Milka Alpine Tour prodalo 5 600 kusů reklamních předmětů. V průběhu celé akce ochutnalo 30 tisíc lidí zdarma čokoládu Milka z čokoládové fontány. „Cílem firmy Kraft Foods bylo upevnit povědomí o značce Milka a také ji zviditelnit,“ uvádí Pavlína Šimková, manažerka projektu z firmy Kraft Foods.



Celá akce měla podpořit přátelské a rodinné image značky Milka, a posílit tak pouto zákazníka ke značce. Kvantitativní ukazatel úspěšnosti celé roadshow byl nastaven na hodnotě 4 tisíce návštěvníků denně a toto kritérium firma splnila. Necelých 5 tisíc návštěvníků si odneslo obrázek s kravičkou Milka nebo fotografií lyžařky Šárky Záhrobské, která se akce ve vybraných městech osobně zúčastnila. Zábavný program moderoval herec Aleš Háma.

Akce Milka Alpine Tour postupně navštívila velká nákupní centra či náměstí v Praze, Liberci, Hradci Králové, Českých Budějovicích, Plzni, Ostravě, Olomouci a Brně. „Letošní akci Milka Alpine Tour hodnotíme velice pozitivně zvláště díky vysoké účasti a zájmu v celé České republice, přesnější výstupy získáme až na základě výzkumů a dat z trhu,“ dodává Pavlína Šimková.

## Hospodářská komora spustila e-shop

Hospodářská komora České republiky zahájila provoz internetového obchodu na webové adrese <http://e-shop.komora.cz>. Jeho prostřednictvím mohou členské firmy prodávat zboží a služby nejen 14 tisícům členů komory, ale také dalším zákazníkům z celé ČR. Členové a složky HK ČR, kteří provedou jednoduchou registraci, mají navíc v e-shopu nárok na slevu. Ostatní podnikatelé se mohou rovněž zaregistrovat nebo nakupovat zboží a služby jednorázově, nepodnikatelské subjekty pouze jednorázově. Nečlenové hospodářské komory však nemají nárok na slevu. V nabídce e-shopu je možné najít např. Příručku pro podnikání v roce 2008 a další materiály hospodářské komory, a to v elektronické podobě pro všechny zákazníky zdarma. Ze zboží, za které už je nutné platit, lze jmenovat například nabídku vín z templářských sklepů, jejichž cena je v e-shopu podstatně nižší než v kamenných obchodech. V jednání jsou další komodity od mobilních telefonů až po užitková vozidla.

## Kampaň na podporu ochranných známek

S cílem rozšířit povědomí veřejnosti o ochranných známkách CHZO (chráněné zeměpisné označení) a DOC (Denominazione di Origine Controllata) byla zahájena kampaň „Nová evropská strategie bezpečnosti potravin“. Na příkladech produktů Jihotyrolské/Südtirol jablko CHZO, Jihotyrolský/Südtirol špek CHZO a Jihotyrolské/Südtirol víno DOC budou spotřebitelé, obchodníci i výrobci informováni o jejich výhodách, obsahu a významu.

Celý projekt, plánovaný na tři roky, je financován Evropskou unií, Itálií, Jihotyrolským jablečným konsorciem, Konsorciem jihotyrolské slaniny a Vinařským svazem Jižního Tyrolska. „Označení původu umožňuje obchodníkovi vysledovat cestu produktu od „sedláka“ až na prodejní pult, zatímco spotřebitel se prostřednictvím této informace dozví, co přesně kupuje. Zároveň jsou oba chráněni před zneužitím značky a falšováním. Zamezuje se tak falšování etiket a podporuje se koupě místních specialit,“ vysvětluje Franz J. Mitterutzner, jednatel Konsorcia jihotyrolské slaniny.



V ČÍSLE 6-7 NAJDETE:

- Podnikové prodejny
- Logistika podle Sparu
- Trend wellness v obchodech

Regal 6-7/2008 vyjde 20. června  
Předplatné na [www.eregal.cz](http://www.eregal.cz)

**economia**  
OBSAH ROZHODUJE

## Stomilionový kontrakt s Tesco

Společnost Cable & Wireless podepsala s maloobchodní společností Tesco pětiletou smlouvu v hodnotě 100 mil. liber. Na jejím základě vytvoří novou telekomunikační síť pro tohoto retailera ve Velké Británii i v zahraničí. Cable & Wireless bude exkluzivním dodavatelem dat, stejně tak i pevných a mobilních hlasových telekomunikací s tím, že z existujících systémů skupiny vytvoří jednu síť. Ta bude mít čtyřicetinasobnou kapacitu současné sítě Tesco a bude založena na tzv. Multi Service Platform (MSP). Cable & Wireless vyhrála tuto zakázku jako jeden ze čtrnácti účastníků výběrového řízení.

## Nová verze Infor PLM Runtime

Společnost Infor představila nejnovější verzi Infor PLM Runtime, uceleného PLM (Product Lifecycle Management) řešení pro výrobní společnosti z oděvního a obuvnického průmyslu. S téměř 40 novými funkcionalitami obsahuje nová verze nástroje, které pomáhají výrobním firmám zlepšit spolupráci s dodavateli a zvýšit efektivitu a rychlost vývoje nových produktů a procesů. Infor PLM Runtime umožňuje oděvním a obuvnickým společnostem z celého světa navrhovat, pořizovat a dodávat inovativní produkty.

## Koupě Plus-Discount odložena

Evropská komise odložila rozhodnutí, zda schválit záměr německé maloobchodní skupiny Rewe Group převzít českou síť 146 diskontních prodejen společnosti Plus-Discount. Původní termín 3. července posunula na 19. červenec. Komise uvedla, že český (Pokračování na stránce 2)

## Soutěž na nový slogan

Kreativní ambice svých zákazníků i celé veřejnosti se rozhodl „vyprovokovat“ český výrobce betonové střešní krytiny a vápenopískových cihel, společnost KM Beta. Vyhlásila soutěž o krátký nápaditý slogan, jenž by ji co nejlépe charakterizoval. Pod názvem „Vymysli slogan, který tě přežije!“ potrvá až do 30. června a pro vítěze je připraven zájezd dle vlastního výběru a k tomu dvacet lahví moravského vína. Malý dárek ale dostane každý, kdo se do soutěže s vlastním návrhem sloganu zapojí. Informace o soutěži a pravidla lze najít na [www.kmbeta.cz](http://www.kmbeta.cz). „Slogany: KM Beta – střecha pro chytré a KMB Sendwix – zdicí materiály pro chytré využíváme již od loňského léta a slogan Střecha hrou dokonce téměř deset let. Rádi bychom v budoucnu představili něco nového a zapojení veřejnosti považujeme za zajímavou příležitost,“ vysvětluje obchodní ředitel společnosti KM Beta Jan Hruška.

## Litovel odstartoval letní jízdu

V polovině června byla zahájena letní podpora prodeje Pivovaru Litovel. Promotýmy objíždějí supermarkety a nákupní aliance a spolu s ochutnávkami komunikují i spotřebitelskou soutěž například o šest domácích výčepů včetně soudku piva nebo možnost získat za sběr akčních zátek tričko a kšiltovku. Akce budou probíhat až do konce září. Paralelně rozjel Litovel i promotion na podporu točeného piva v restauracích – jde o večery s fotbalovými soutěžemi a sportovními zážitky například se stolním fotbálem. Při návštěvě promohlídky získají návštěvníci restaurace vždy 50 piv zdarma.

## Haribo se připojuje k oslavám Šmoulů

Šmoulové belgického kreslíře Peirra Culliforda v letošním roce slaví padesát let od svého vzniku. Společnost Haribo CZ se připojuje k příznivcům modrých postavíček a u příležitosti tohoto výročí uvádí na český trh nové „šmoulí“ modré pěnové bonbony v rodinném balení. „Tento rok je obdobím oslav modrých postavíček – Šmoulů. Společnost Haribo CZ reaguje na tento fakt a přichází na trh s modrými pěnovými bonbony ve tvaru modrých skřítků s barevnou čepicí,“ uvádí Aleš Aldo Koláček, obchodní a marketingový ředitel firmy. „Pěnové modré skřítky vyrábíme ve 400gramovém balení,“ dodává.

## Nové prodejny Expert Elektro

Společnost Expert Elektro otevřela koncem května prodejnu v Ústí nad Labem, a to v obchodním centru Trmice naproti hypermarketu Globus. Další obchod, s plochou více než 800 m<sup>2</sup>, byl uveden do provozu v červnu v Příbrami. Kromě sortimentu z oblasti domácích spotřebičů a elektroniky nabízí také zcela nový pokladní systém. Jedná se o produkt myCASH společnosti Kvados. „Zavedením nového pokladního systému myCASH do našich prodejen se snažíme o další zkvalitnění služeb směrem k zákazníkům. Ve spolupráci se společností Kvados se chystáme systém postupně implementovat také v dalších našich prodejnách,“ uvádí Peter Weiss, jednatel společnosti Expert Elektro.



## Rajapack nabízí využití různorodosti balení

Aktuální sortiment společnosti Rajapack obsahuje 1400 inovativních obalových řešení. Zákazníci firmy mohou pro svou potřebu vybírat vhodné provedení z 400 druhů krabic z vlnité lepenky. Navíc mají k dispozici různé balící lepicí pásy – ať už pro zalepení, propagaci či upozornění. „Jako jednička na evropském trhu mezi katalogy zaměřenými na obaly máme pro naše zákazníky připraveny krabice ve vysoké kvalitě ve více než 400 variantách, přesně dle jejich potřeb,“ přibližuje Gabriela Fabianová, country manager české pobočky mezinárodního koncernu Raja. „V našem aktuálním prospektu Tape-Flyer, který v současné době rozesíláme zákazníkům, představujeme několik nejzajímavějších produktů z našeho sortimentu balících pásek,“ informuje.

## Pradera získala maloobchodní nemovitosti

Společnost Pradera získala pro svůj realitní fond Central & Eastern Fund od GE Real Estate a Euro Mall Ventures, dceřiné společnosti TK Development, portfolio maloobchodních nemovitostí zahrnující tři objekty v Ostravě a Olomouci. Skládá se z obchodních center Haná v Olomouci (7071 m<sup>2</sup>), Futurum v Ostravě (21 477 m<sup>2</sup>) a areálu Retail Park v Ostravě (10 375 m<sup>2</sup>). Akvizice tohoto portfolia za celkovou sumu zhruba 125 mil. eur je v souladu se strategií firmy, kterou je získávání dobře situovaných maloobchodních schémat s růstovým potenciálem v regionu střední a východní Evropy.

(Pokračování ze stránky 1)

Úřad na ochranu hospodářské soutěže ji požádal, aby mohl tuto transakci řešit zčásti nebo zcela sám. Výkonný orgán Evropské unie tak získá posunutím termínu dodatečný čas na přezkoumání žádosti českého úřadu. Pode informací tisku má Rewe zaplatit za prodejny Plus-Discount německému řetězci Tengelmann 255 mil. eur, tj. asi 6,4 mld. Kč. Pokud dohodnutou akvizici schválí antimonopolní úřad, zvýší se počet českých obchodů Rewe Group na zhruba 500 a jejich roční obrat by se měl pohybovat kolem 50 mld. Kč.

## Práce na projektu Váci 1 zahájeny

V bývalé budově burzy cenných papírů v Budapešti na Vörösmartyho náměstí v centru Budapešti vznikne moderní nákupní a zábavní centrum. Projekt zde pod názvem Váci 1 realizuje společnost Orco Property Group. Otevření se plánuje na jaro 2010. Po dokončení rekonstrukce bude mít budova k dispozici více než 11 tisíc m<sup>2</sup> maloobchodních, restauračních a zábavních prostor. Orco má v úmyslu přitáhnout prestižní nájemce, kteří budou odlišovat Váci 1 od ostatních maloobchodních projektů.

## Synovate představila divizi Customer Experience

Mezinárodní agentura pro výzkum trhu Synovate oznámila zahájení divize Customer Experience (divize Zákaznické zkušenosti), která spolupracuje se společnostmi, jejichž cílem je vytvořit ziskovější vztahy se zákazníky. Synovate Customer Experience zahrnuje obsáhlou škálu výzkumných řešení: výzkum zákaznické loajality a zapojení zaměstnanců do pracovních procesů, sledování výkonnosti, mystery shopping, měření návštěvnosti maloobchodníků a analýzy nákupního chování, automatizovaný sběr zpětné vazby zákazníků a konzultace řízení zákaznických zkušeností. Dvě zcela nové nabídky vedou tvorbu produktů a služeb pod Experience Management neboli ExM, portfoliem, které reprezentuje více než 20 let zkušeností získaných z práce přímo se zákazníky. Druhou novinkou je ExM Tracker, platforma pro sledování každodenní výkonnosti kontaktů se zákazníky v reálném čase.

## InBev nabídl koupi Anheusera

Belgická pivovarnická skupina InBev navrhla americkému konkurentovi Anheuser-Busch převzetí za 46,3 mld. dolarů (727 mld. Kč). Spojením obou společností by vznikl největší výrobce piva na světě a transakce by byla dosud největším firemním převzetím v odvětví alkoholických nápojů. Anheuser sdělil, že správní rada návrh InBevu „pečlivě vyhodnotí“ a poté se rozhodne, jak se k němu postaví, aby to bylo „v nejlepší zájmu akcionářů Anheusera“. Podle expertů z odvětví je nabídka InBevu prvním krokem v sérii jednání.



## Nový multifunkční projekt v Brně

Quinlan Private Golub, mezinárodní investiční a developerská společnost v oblasti nemovitostí působící v regionu střední a východní Evropy, představila návrh nového multifunkčního projektu v Brně, Austerlitz Centrum. Pozemek se rozkládá na přibližně 55 tisících m<sup>2</sup> a bude se nacházet mezi řekou Svratkou, ulicí Opuštěná a novým brněnským nádražím Europoint.

Investiční plán, který byl představen zástupcům města a společnosti Jižní Centrum Brno, zahrnuje kancelářské prostory (41 600 m<sup>2</sup>), maloobchodní a veřejná zařízení (9 700 m<sup>2</sup>) a luxusní hotel (13 tisíc m<sup>2</sup>) Jurys Inn, který patří do sítě hotelů skupiny Quinlan Private. Celkové náklady investice se odhadují asi na částku v rozpětí 200 – 250 mil. eur.



## Červnové soutěžení se značkou KlasA

Návštěvníky vybraných hypermarketů Tesco čeká v červnu soutěžení s národní značkou kvality KlasA. Vyškolené hostesky zájemcům představují tuto značku a přiblíží jim náročný systém kontroly kvality těchto potravin. K dispozici mají také seznam výrobků se značkou KlasA a v případě zájmu spotřebitelům poradí, kde výrobky se značkou KlasA najít.

Nakupující jsou k nákupu potravin označených logem značky KlasA motivováni jednoduchou soutěží. Za nákup minimálně tří výrobků se značkou KlasA získávají praktický žeton do nákupních vozíků a při nákupu minimálně deseti výrobků se značkou KlasA dostávají termohrnek.

## Malibu Wave Tour 2008

Letní Malibu Wave Tour, akce na podporu značky Malibu, putuje od května do srpna po 100 českých a moravských městech, aby konzumentům po celé ČR představila Malibu drinky a webové stránky v novém.

Součástí zábavných večerů je performance bubeníků, ve vybraných podnicích je v průběhu večera pořádáno také zábavné karaoke. Zákazníci mají možnost během večera za Malibu drinky získat Malibu dárky. Za každý drink Malibu obdrží jeden žeton, za dva žetony si vylosují dárek. Malibu rum je od roku 2005 v portfoliu společnosti Jan Becher Pernod Ricard. V loňském roce provázela Malibu promotour, kde byly Malibu koktejly servírovány v originálním kokosu.



## Rok 2008, rok změn pro Radox

Značka Radox přichystala na rok 2008 velké změny ve svém portfoliu a komunikačním konceptu. V průběhu roku uvede na trh další novinky, všechny v moderním, sjednoceném designu a s vylepšeným složením. Po pěti letech také značka Radox omladila své logo. Rok „Radoxtných“ změn v dubnu zahájila nová řada sprchových gelů Radox Wellness spolu s inovovanými lahvičkami. Radox také přichází s novým komunikačním konceptem, jehož motto zní: Užijte si změnu! „Změnou projdou všechny naše výrobky včetně vylepšeného složení a designu, novinky na sebe nenechají dlouho čekat. Změnily se i naše webové stránky [www.radox.cz](http://www.radox.cz), kde spotřebitelé naleznou mnohem více zajímavých informací,“ říká Jana Šlapáková, nová brand manažerka značky Radox.



## Čtete časopis REGAL!

Ukázkový výtisk ZDARMA si můžete objednat na internetové adrese <http://ib.ihned.cz/predpl/a/nazk.php?tit=RE>

## Nárůst nových produktů retailerů

Více produktů než kdykoliv předtím představil letošní mezinárodní veletrh PLMA, World of Private Label, který se konal 27. a 28. května v amsterdamském RAI Exhibition Centre. Vlnu nových výrobků pod privátními značkami (PL) zdokumentoval doprovodný program seminářů. V jejich rámci uvedla výzkumná agentura Mintel, že vloni bylo v Evropě představeno téměř 15 tisíc PL produktů, což je o 25 % více než v předchozím roce. Tento růst byl patrný i na výstavní ploše. Přes 3100 stánků zde zastupovalo téměř 1690 společností z více než 70 zemí. Brian Sharoff, prezident PLMA, říká: „Rozšiřováním nabídky privátní značek se retailéři přesouvají do nových kategorií a dodávají prémiové produkty s přidanou hodnotou. Tyto nové výrobky jasně nabývají na strategickém významu, protože je trh pro obchodníky stále více konkurenční.“

## Metro dává štítky RFID na maso

Nový Real Future Store společnosti Metro v německém městě Toenisvorst umísťuje štítky RFID na balené masné produkty. Tyto položky jsou vystaveny na prodejní ploše ve speciálním mrazáku zvaném Smart Freezer, který zahrnuje integrované čtečky RFID. Mrazák monitoruje prezentované zboží a upozorňuje pracovníky oddělení Master Butcher, když začíná být nedostatek výrobků nebo se blíží konec data jejich spotřeby. Pro zákazníky, kteří chtějí štítek po nákupu odstranit, jsou u východu z prodejny umístěny deaktivátory. Skupina Metro již používá RFID po celém Německu v rámci řízení logistiky a skladů. Umožňuje tak automatické sledování cesty zboží od výrobce na regál obchodu.

## Personálie

- Do mezinárodní agentury Cocoon, specializované na branding a design, přichází na pozici ředitelky client servisu pro střední Evropu Marcela Svobodová. Bude mít na starosti zejména vedení a profesionální rozvoj client servis týmu, plánování a budování vztahů se zákazníky ve střední Evropě a optimalizaci řízení projektů.
- Jan Procházka je novým ředitelem nákupního centra Freeport International Outlet (Hatě u Znojma). Je zodpovědný nejen za provoz centra a vedení zaměstnanců, ale také za úzkou spolupráci se stávajícími i novými nájemníky.
- Jana Šlapáková nastoupila v květnu 2008 na pozici brand manažerky značky Radox ve společnosti Sara Lee Czech Republic – divize drogerie a kosmetiky. Přichází ze společnosti Danone, kde poslední dva roky zastávala pozici brand managera junióra v oddělení marketingu na značce Dobrá Máma.

**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 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.