

line REGAL

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 25/08, 24. 6. 2008

Spar ČOS – 3. supermarket a letní věrnostní program

Dne 18. června byl v Děčínské ulici v České Lípě otevřen nový supermarket Spar o prodejní ploše 1200 m². Společnost Spar ČOS tak zahájila provoz v pořadí třetího supermarketu v zemi. „Supermarket Spar, který jsme před rokem a půl v České Lípě otevřeli v Bardějovské ulici, získal velkou přízeň zákazníků a jsme proto rádi, že nyní můžeme představit již druhou prodejnu Spar v tomto městě určenou pro kvalitní a rychlé nákupy,“ říká Martin Hruška, generální ředitel společnosti Spar ČOS. Marketingová kampaň, která se váže k novému českolipskému supermarketu, odstartovala již před samotným slavnostním otevřením. V ulicích města na tuto událost upozorňovaly promo týmy v ekologických automobilech, ze kterých hostesky rozdávaly čerstvou, zdravou snídani od společnosti Spar.

Sesterský řetězec Interspar připravil pro své zákazníky nový věrnostní program. Nabízí možnost získat za zvýhodněné ceny kvalitní froté ručníky značky Rubin Royal z limitované letní kolekce, která byla exkluzivně vyrobena pouze pro Interspar. Nakupující mohou toto froté zboží zakoupit za výhodné ceny pouze s 11 nasbíranými body, přičemž 11. bod je pro zákazníky bonus, který obdrží od Intersparu. Věrnostní program odstartuje 25. června, kdy začne Interspar vydávat hrací karty a jedličky (body), a potrvá až do 2. září 2008, kdy bude vydávání karet a bodů ukončeno. Zákazník za každých 100 Kč nákupu obdrží 1 jedličku a tu nalepí na hrací kartu ručníků Rubin Royal. Zaplněnou hrací kartu se všemi 11 nasbíranými jedličkami a tedy zakoupení příslušného froté zboží za zvýhodněnou cenu bude možné uplatnit až do 30. září 2008.



Best UNiBON Project

Společnost UNiBON, působící na trhu vývoje a realizace instore komunikace a POP materiálů, vyhláší pro druhou polovinu roku soutěž Best UNiBON Project. V jejím rámci budou oceněny realizované projekty ve dvou hlavních kategoriích - Efektivní projekt a Originální projekt. Cílem soutěže je motivovat zadavatele k vymýšlení a navrhování efektivních a kreativních projektů v rámci instore komunikace. Více se dozvíte v sekci aktualit na stránkách www.unibon.cz.

Novinky od Maresi Foodbroker

Společnost Maresi Foodbroker, která zajišťuje distribuci 25 světových potravinových značek na českém trhu (např. slané pochutiny Lorenz, čaje Twinings, džusy Granini a Yo, olivové oleje Carapelli, dijonské hořčice Maille a další), uvádí na trh další novinky. Jsou to suché plody Bakalland, ledové čaje Reed a džusy a nektary Sió. Firma Alibest, dnes Maresi Foodbroker, byla založena v roce 1993 mateřskou společností Maresi Foodbroker Rakousko. Mateřský rakouský Vivatis Holding zastřešuje pobočky i v Maďarsku a na Slovensku, nově také v Rumunsku.



Žádané poukázky s možností volby

Nejrůznější příspěvky na dovolenou dostává podle studie Factum Invenio zhruba 40 % zaměstnanců. Více než tři čtvrtiny z nich (83 %) by tyto příspěvky rádi obdrželi ve formě poukázek, které umožňují svobodnou volbu při čerpání dovolené. I tyto údaje jsou výsledkem studie Factum Invenio, kterou si nechala zpracovat společnost Accor Services na téma postojů zaměstnanců k benefitům. Studie hlavně zjišťovala znalosti zaměstnanců o benefitech a atraktivitu jednotlivých typů výhod. Mezi nejznámější benefity již tradičně patří stravenky, ty uvedlo 56 % dotazovaných a hned na druhém místě se umístily příspěvky na dovolenou (21 %). Celková znalost benefitů je mezi zaměstnanci u nás vysoká, alespoň jeden zaměstnanecký benefit dovedlo vyjmenovat 85 % zaměstnanců.



V ČÍSLE 6-7 NAJDETE:

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

Regal 6-7/2008 vyšel 20. června
Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Omega s limitovanou kolekcí

Švýcarský výrobce luxusních hodinek Omega se na XXIX. olympijských hrách v Pekingu, jejichž slavnostní zahájení je naplánováno na 8. srpna 2008, již po třídvacáté stane oficiálním časoměřičem olympiády. K této příležitosti značka připravila speciální limitovanou kolekci hodinek s olympijskými motivy. Olympijskou časomíru provází reklamní kampaň v tradičním čínském stylu s motivy významných událostí moderních olympijských her. Jednou z nich je i trojnásobné zlato českého běžce Emila Zátopka na olympiádě v Helsinkách.

Analýza uhlíkových dopadů

Společnost IBM uvedla na trh Carbon Tradeoff Modeler, první nástroj svého druhu, který umožňuje organizacím analyzovat a řídit klimatický dopad jejich dodavatelských řetězců. Poskytuje možnost rozumět dopadům klíčových rozhodnutí při výběru zdrojů energií a přijímat lepší rozhodnutí ekonomického charakteru díky optimalizaci úrovně služeb, kvality, nákladů a emisí oxidu uhličitého. Mezi hlavní faktory, které nástroj zohledňuje, patří: možnosti balení, alternativní výrobní procesy, alternativní režimy dopravy a energetických zdrojů, zásady skladování a nákupní strategie.

LG představuje netradiční displeje

Firma LG Electronics představuje zcela novou kategorii obrazovek pro komerční využití. Řada „Long-stretched display“ najde uplatnění například v obchodních centrech, hotelech, na letištích a dalších místech. Zařítí (Pokračování na stránce 2)

Kalifornská vína od režiséra Coppoly

Jméno režiséra Francise Forda Coppoly není v poslední době spojené jen s filmy Kmotr nebo Apokalipsa, ale také s kvalitním vínem. Právě Coppolovy vinice v Kalifornii jsou častým cílem turistů, rozprostírají se na ploše 850 ha a ročně je navštíví více jak 300 tisíc milovníků vína. V České republice vína tohoto režiséra distribuuje společnost WINE4YOU, která se v současnosti soustředí převážně na firemní klientelu a na distribuci do specializovaných obchodů s vínem. V brzkém období se chystá oslovit také privátní klientelu.

Amica zve na večeri bez předsudků

Společnost Amica Commerce, výhradní distributor kuchyňských spotřebičů značky Amica v ČR a SR, letos do boje vyrazila s netradiční kampaní. Tu v tištěných médiích od února provází slogan „Pozvěte přátele na večeri“ a fotografie, na kterých jsou zobrazeni mimo jiné i Romové či dvojice homosexuálů.

„Pozvěte přátele na večeri tak není pouhým sloganem, ale svým způsobem i výzvou k odbourání předsudků vůči společenským menšinám, které v ČR dále přetrvávají,“ říká Tomáš Blahut, generální ředitel Amica Commerce v ČR a SR. Kromě tištěných médií byla kampaň až do konce května k vidění také v televizi v rámci dvou 20vteřinových spotů, které připravila agentura Aimon.



Billa rok poté

Rok od faktického převzetí sítě prodejen Delvita provozuje společnost Billa v České republice 172 supermarketů o celkové prodejní ploše 202 tisíc m². K nim patří 6 zcela nových supermarketů Billa postavených v uplynulém roce na „zelené louce“. Za 12 měsíců se podařilo přestavět více než polovinu prodejen určených k rekonstrukci či jiným úpravám. Všechny 46 zbývajících filiálek Delvita se již nachází v určitém stadiu rekonstrukce. Vedení společnosti Billa předpokládá ukončení přeměny všech zbývajících prodejen do konce října. V letošním roce otevře Billa ještě 5 nových supermarketů.

Zákaznická bauMax karta

Společnost bauMax, provozovatel hobbymarketů v České republice, nabízí svým zákazníkům Zákaznickou kartu bauMax, která přináší zajímavé benefity. K jejímu získání stačí, aby si klient v jakémkoliv prodejně bauMax v ČR jednorázově nakoupil zboží za minimálně 10 tisíc Kč a po vyplnění formuláře žádosti obdrží svou kartu. Zákaznickou kartu lze automaticky získat i po předložení stavebního povolení. Roční bonus může činit 3 – 10 % podle výše roční útraty v prodejnách bauMax. Bonus, obdrží zákazník ve formě poukázky, jenž je mu společně s ročním zúčtováním zaslána poštou. Kromě hlavní Zákaznické bauMax karty existuje ještě 5 vedlejších karet, které mohou používat rodinní příslušníci, nebo je možné tyto karty využít ve více pobočkách jedné společnosti.

Shell opakuje úspěšnou kampaň

Od 2. června do 31. srpna mohou motoristé na všech 177 čerpacích stanicích Shell v ČR sbírat modely Ferrari z nové exkluzivní edice 7 vozů. Společnost Shell tak navazuje na úspěch loňské kampaně, během které v letních měsících nabízela detailně vyrobené dvourychlostní repliky vozů Ferrari v měřítku 1:38. V letošním roce jsou autíčka vylepšená o autentické zvuky reálných vozů. Za každé natankování 29 litrů libovolného paliva Shell nebo při zakoupení oleje Shell Helix Plus, Helix Ultra nebo Helix Super v 11 nebo 41 balení, si mohou zákazníci pořídit model Ferrari za zvýhodněnou cenu 39 Kč. Modely je rovněž možné zakoupit bez tankování paliva či nákupu oleje ve volném prodeji na čerpacích stanicích Shell, a to za cenu 299 Kč.



Čtete časopis REGAL!

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

(Pokračování ze stránky 1)

zení, které pracuje v horizontální i vertikální poloze, má ambici nahradit LED obrazovky. Výrazným předpokladem je vysoká úspora energie. Mezi další pozitiva patří fakt, že obsah na všech obrazovkách je řízen centrálně z jednoho počítače.

Jeho obsluha určuje nejen to, co se vysílá, ale také jak často a kde. Provozovatelé komerčních objektů rovněž uvítají úsporu místa a možnost umístění obrazovek do úrovně očí diváků.

Hornbach – nárůst obrátu

Skupina Hornbach, provozovatel prodejen pro stavebníky a zahrádkáře v Evropě, zvýšila v obchodním roce 2007/2008 svůj obrát o 2,9 % oproti předchozímu roku. Při obrátech 2,62 mld. eur dosáhl celý koncern Hornbach Holding AG čistého provozního zisku (EBIT) ve výši 102 mil. eur.

Dílčí koncern Hornbach-Baumarkt-AG, který provozuje 125 velkoplošných prodejen pro stavebníky a zahrádkáře v devíti evropských zemích, zaznamenal nárůst obrátu o 3,2 % na 2 469 mil. eur (2 392 mil. v roce 2006/2007). Hornbach otevřel pět nových velkoplošných prodejen pro stavebníky a zahrádkáře a pokračoval tak v expanzní strategii v Evropě, přičemž jednou z nově otevřených prodejen je také Hornbach v Olomouci.

U protinožců jen úsporné žárovky

Nový Zéland a Austrálie jsou podle MfD prvními státy světa, v nichž začne platit zákaz prodeje obyčejných žárovek. Od října příštího roku se na pultech zdejších obchodů nesmí objevit ani jedna klasická baňka, jejich místo zaujmou úsporné zářivky.

Novozélandané, kteří se nebudou chtít podvolit nařízenému způsobu svícení, mají jedinou naději: žárovky si pro svoji potřebu dovážet ze zahraničí. Tuto možnost však už nemají Australané, kde vláda dovoz klasických žárovek rovnou zakázala. Žárovky by měly během pár let zcela zmizet i z obchodů ve Velké Británii, Kanadě a do deseti let i v Číně.

Značka vodky Stolichnaja je údajně na prodej

Značka ruské vodky Stolichnaja je podle ČTK a agentury Reuters údajně na prodej. Ruská firma SPI, která značku vlastní, požádala investiční banku Lehman Brothers, aby pro ni našla kupce. Ke konci loňského roku měla k získání práv na značku Stolichnaja údajně blízko francouzská nápojová skupina Pernod Ricard, jejíž součástí je také česká likérka Jan Becher – Karlovarská Becherovka.

Podle britských médií měli Francouzi koupit značku za 1 mld. eur. Pernod získal v roce 2005 práva na značku Stolichnaja mimo Rusko. Pernod loni sdělil, že jedná o převzetí značky Stolichnaja a že se zajímá také o švédskou značku vodky Absolut. Upozornil, že plánuje převzít pouze jednu z těchto značek.

Lybar je s Biolitem a Diffusilem jedničkou

Společnost Lybar se podle výzkumu MEMRB stala se svými značkami Biolit a Diffusil v březnu a dubnu jedničkou na českém a slovenském trhu v oblasti insekticidů a repelentů. „Na českém trhu se náš tržní podíl v korunách zvýšil na 38 %. Na Slovensku jsme se pak dostali na úroveň 37 procent,“ uvádí manažer značek Tomáš Veselý. Ve srovnání s loňským rokem především tržní podíl Biolitu, kterému se dařilo také na Slovensku. Lybar letos očekává tržby za značku Biolit na úrovni výrazně nad 100 mil. Kč.

Tetra Pak komunikuje „bez konzervantů“

Již druhým rokem se společnost Tetra Pak snaží zlepšit vnímání nápojů balených do kartonových obalů v kampani s názvem „bez konzervantů“. Stěžejní zůstává i letos sdělení, že nápoje balené v kartonu od firmy Tetra Pak nepotřebují konzervanty. Kampaň zahrnuje tiskovou inzerci, přímou komunikaci se spotřebitelem prostřednictvím obalu a PR. Pokračuje také podpora na webových stránkách www.bezkonzervantu.cz. „Naše čísla ukazují, že více než dvě třetiny populace se domnívají, že trvanlivé mléko nebo trvanlivé 100% džusy musí zákonitě obsahovat konzervanty. Pravda naopak je, že díky našim kartonovým obalům a moderním výrobním postupům je trvanlivost zajištěna zcela bez konzervantů. Zjednodušeně řečeno: kartonový obal Tetra Pak znamená 'žádné konzervanty', a přesně o tom je také naše kampaň,“ říká Lenka Hálková, marketingová manažerka společnosti Tetra Pak.

Založení nové obchodní společnosti Prodej-Bio

Dne 4. června byla podpisem společenské smlouvy založena nová obchodní společnost s názvem Prodej-Bio. Zakladatelské organizace Pro-Bio Svaz ekologických zemědělců a německý svaz Bioland se shodly na potřebě zorganizovat a koordinovat odbyt českých biosurovin (obiloviny, luštěniny, krmiva, osiva, maso) s cílem umístit českou produkci na český trh. Nová firma chce nakupovat přímo u producentů – ekozemědělců, nechce nakupovat anonymní biosuroviny. Prodej-Bio bude aktivně vystupovat již při výkupu letošní sklizně, předpokládá v roce 2008 obrát 3000 tun bioproduktů.



Žervé se fakt nesmí opičit

Vrchní soud v Praze potvrdil usnesení pražského Městského soudu o předběžném opatření proti společnosti Povltavské mlékárny, jímž se zakazuje prodej tvarohového sýru Žervé. Zásadním důvodem byla více než nápadná podobnost barevného a grafického provedení obalu se sýrem Gervais z portfolia společnosti Bel Sýry Česko. „Navrhovat obaly a názvy výrobků tak, aby opticky vyvolávaly dojem, že jde o jiný výrobek chráněné značky, nepatří k dobrým obchodním mravům,“ říká Bedřich Štecher, generální ředitel společnosti Bel Sýry Česko. „Nejde jen o parazitování na dobré pověsti jiných produktů, ale přímo o hazardování s důvěrou spotřebitelů. A zákazník je přísný soudce,“ dodává.

Najděte svého vinaře

Na internetových stránkách www.vinazmoravy.cz a www.vinazcech.cz spustilo Národní vinařské centrum interaktivní mapu. Tato novinka má návštěvníkům přiblížit moravské a české vinařství, vinné sklepy a vinotéky, vinařské obce, stezky, vinařská muzea a další zajímavosti. Nyní může každý jednoduše a rychle najít svého vinaře. Na mapě je umístěno více než 1 200 vinařských objektů a zajímavostí. „Touto novou interaktivní mapou chceme zvýšit uživatelský komfort návštěvníků webových stránek moravských a českých vín. Mapa je součástí postupného rozvoje oblasti vinařské turistiky na těchto stránkách a pokrývá území celé České republiky,“ říká Pavel Krška, ředitel Národního vinařského centra.

Office Depot představil nové sídlo

Společnost Office Depot představila nové sídlo v Hostivicích u Prahy v rámci „Dne otevřených dveří“. Firma je na českém trhu od roku 2006, kdy došlo k akvizici společnosti Papirius založené v roce 1993. „Nové moderní sídlo v bílo-červených barvách Office Depotu jsme začali budovat v roce 2006. Jeho součástí je největší sklad kancelářských potřeb ve střední Evropě o rozloze více než deset tisíc metrů čtverečních. Automatizovaný sklad zaručuje díky propracovanému logistickému systému dodání zboží do druhého pracovního dne po celé republice,“ popisuje výhody nového sídla Petr Sýkora, jednatel společnosti Office Depot.

Lidl vstoupí na americký trh

Německý diskontní retailer Lidl plánuje otevření další tisícovky obchodů ve své domovské zemi a tím završit jejich celkový počet na 4 tisíce. CEO mateřské společnosti Lidl, Schwarz Gruppe, uvádí: „V současné době probíhají přípravy vstupu na americký trh. Dalším zahraničním trhem, kam chceme vstoupit, je však Švýcarsko, kde v roce 2009 Lidl otevře prvních 80 prodejen.“ Lidl je v Německu druhým největším diskontérem, za svým odvěkým rivalem Aldi. Vstup do USA plánuje nejpozději do roku 2012, přičemž doufá, že svými expanzními kroky svého soka Aldi překoná.

Testování Carrefour Express v Číně

Podle zpráv z čínského tisku otevřel francouzský Carrefour začátkem června svůj první obchod Carrefour Express v Číně. Prodejna se nachází v Pekingu, zahrnuje 4 700 m² a 80 % nabídky tvoří čerstvé potraviny.

Manažer Carrefouru v Číně říká, že koncept Express bude využívat již zavedenou dodavatelskou síť a tím sníží své provozní náklady. Pokud se první místo prodeje v tomto formátu osvědčí, rozšíří se i do dalších čínských měst.

Personálie

- S cílem zvyšování kvality služeb a posilování vztahů s obchodními partnery i zákazníky rozšířila nedávno společnost Dandelil Haveland Foods své řady o dva nové pracovníky ve funkci manažerů pro klíčové zákazníky. Branislav Lučanský má na starosti zákazníky na Slovensku, v Maďarsku a Rakousku, Pavel Pischnoth je zodpovědný za zákazníky v ČR.
- Společnost Infor, dodávající software pro společnosti a organizace, oznámila, že na pozici viceprezidenta pro partnerské aktivity v regionu Evropy, Středního východu a Afriky (EMEA) byl jmenován Jean Philippe Pommel. Bude úzce spolupracovat s Keithem Deanem, prezidentem společnosti Infor pro Evropu. Firma dále oznámila, že povýšila Wolfganga Kobeka na pozici viceprezidenta pro region střední Evropy.
- Milan Ponert byl jmenován do funkce marketingového ředitele společnosti Dell Computer pro Českou republiku a Slovensko. Náplní jeho práce bude řízení marketingových aktivit v obou zemích včetně nově spuštěné distributorské sítě a partnerských prodejních kanálů. Střídá tak ve funkci Annu Berdychovou, která byla povýšena do pozice regional segment planner. Bude mít na starosti plánování marketingových aktivit pro segment malých a středních podniků v EMEA a přípravu kompletního marketingového plánu pro Východní Evropu a Skandinávské země.