

REGAL line

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 10/09, 16. 3. 2010

Brněnské Mezinárodní veletrhy v roce 2010

Podle předběžných údajů se na letošních Mezinárodních veletrzích Salima, MBK, Inteco, Vinex a Embax představilo 929 vystavujících firem z 26 zemí, přičemž zahraniční vystavovatelé tvořili 36 %. Expozice v areálu brněnského výstaviště zhlédlo přes 32 tisíc návštěvníků ze 34 zemí. Podíl zahraničních návštěvníků překročil 10 %. Veletrhy ukázaly trendy především v oblasti gastronomie, regionálních výrobků a obalové techniky.

Vojtěch Halamiček, ředitel marketingu společnosti Kostelecké uzeniny, která má s účastí na Salimě bohaté zkušenosti, komentuje: „Letos se naše prezentace nesla v duchu společné expozice Kosteleckých uzenin a Maso Planá, která symbolizovala úspěšnou fúzi těchto dvou společností 1. ledna 2010. Stejně jako v minulosti jsme veletrh využili ke komunikování novinek, k řadě obchodních jednání a také k účasti v soutěži o Zlatou Salimu. Ve výrokové oblasti nejvíce zaujaly nové obaly krájených výrobků řady Premium, které svým designem evokují prémiovost a tradici daných produktů. Prezentace těchto obalů byla velmi aktuální, neboť celá řada se právě zavádí na trh. Z dalších výrobků sklídila úspěch řada vysoce kvalitních paštik ve skle. Velkou pozornost budily i šunky nebo řada pečených mas pod značkou Maso Planá. V rámci veletrhu proběhlo tradiční klání o Zlatou Salimu. Z 56 přihlášených výrobků bylo do užšího výběru nominováno 16 výrobků, včetně dvou z naší produkce – Hermín a Pečené koleno. Vítězem ve své kategorii se stal Hermín, fermentovaný, tepelně neopracovaný salám trojúhelníkovitého tvaru s bílou potravinářskou plísni na povrchu. Je doplněn příchuť sýru typu Camembert, českým Hermelínem.

Celkově hodnotím naši letošní účast na Salimě jako úspěšnou. Završili jsme komunikaci úspěšné fúze, po zásluze získali prestižní ocenění a celkovou prezentací potvrdili naši pozici na trhu zpracování masa. Pro letošní rok máme řadu plánů, které jsme při jednáních prezentovali svým obchodním partnerům. Jejich velký zájem nás utvrdil v tom, že máme jejich důvěru a podporu tyto plány realizovat.“

Penam expanduje na maďarský trh

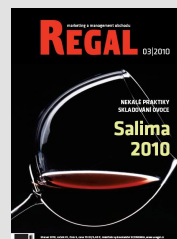
Společnost Penam se rozhodla vstoupit na maďarský trh. Podpisem smlouvy o koupi učinila podstatný krok k převzetí 100% vlastnictví tamní pekárské společnosti Ceres a její dceřině společnosti Multi. Pro schválení transakce příslušnými úřady pro ochranu hospodářské soutěže Penam získá další kapacity pro výrobu toustových chlebů a zároveň přístup pro své výrobky na maďarský trh. „Vznikne tak možnost účastnit se středoevropských dodavatelských tendrů na toustové chleby,“ říká generální ředitel společnosti Penam Jaroslav Kurčík. „Přínosem bude také rozšíření sortimentu o výrobky v segmentu předpečeného pečiva a chleba,“ dodává. Ceres je výrobcem toustových chlebů a baleného chleba. Její obrát loni činil 28,5 mil. eur. Celková výroba pekárských výrobků byla 24 tisíc tun, z čehož 13 tisíc tun činil podíl toustového chleba.

Kampaň Dobrodružství kávového zrnka

Společnost Tchibo spouští novou kampaň s názvem Dobrodružství kávového zrnka. Jejím hrdinou je kávové zrnko, které líčí svou dlouhou pouť z kávových plantáží až k šálku lahodného nápoje. Firma tak komunikuje své zkušenosti a znalosti právě na tomto poli. Příběh má tři epizody přibližující tři významné okamžiky na cestě za kvalitní kávou Tchibo: původ kávy, tajemství pražení kávy a vytváření harmonických kávových směsí. V příběhu se objevují také tři klíčoví kávovní odborníci firmy Tchibo. Kampaň bude probíhat od března do května 2010 formou televizních a rozhlasových spotů, tiskové inzerce či upoutávek v týdenním katalogu Tchibo. Dále prostřednictvím komunikace v místě prodeje, ochutnávek kávy, speciální microsite v rámci korporátních stránek www.tchibo.com/cz i PR aktivit.



Regal 3/2010 vyjde 17. 3.



V ČÍSLE M.J. NAJDETE:

- Salima 2010
- Skladování ovoce a zeleniny
- Nekalé praktiky v obchodě
- Fenomén grilování

Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Jones Lang LaSalle se stal realitní agenturou roku 2009

Na 7. slavnostním večeru CEE Real Estate Quality Awards, který se konal ve Varšavě, obdržela společnost Jones Lang LaSalle hned dvě ocenění „Real Estate Agent of the Year 2009 – Office Agency“ a „Best Real Estate Agent of the Year 2009 – Retail and Leisure Agency“. Společnosti přikla titul 24členná porota skládající se z developerů, finančníků, investorů a dalších odborníků.

John Duckworth, výkonný ředitel Jones Lang LaSalle pro střední a východní Evropu, uvádí: „Jsme skutečně poctěni tím, že naše společnost obdržela tyto ceny, protože jsou uznáním naší práce za rok 2009. Ačkoliv byl minulý rok náročný, podařilo se nám dosáhnout našich cílů. To vše by samozřejmě nebylo možné bez našich klientů, a tak jim tímto děkujeme za projevenou důvěru a podporu.“

Cindy Crawford – spot pro společnost Deichmann

V březnu odstartuje v Německu a dalších evropských zemích vysílání nového televizního spotu se Cindy Crawford. Spolu s ním se nová kolekce obuvi objeví v obchodech. Na podzim roku 2009 představila Cindy Crawford svoji první kolekci obuvi značky 5th Avenue společnosti Deichmann, která zahrnovala kvalitní podzimní a zimní obuv. Kolekce slavila u zákazníků velký úspěch. „Rok 2009 byl pro naši společnost celkově velmi úspěšný, kolekce navržená ve spolupráci se Cindy Crawford na tom má nemalý podíl,“ hodnotí spojení společnosti se supermodelkou ředitel společnosti Heinrich Deichmann.

Společnosti Deichmann v minulém roce vzrostl obrát o 9 % na 3,4 mld. eur, a to díky 138 milionům prodaných párů obuvi.

TNT v roce 2009

Skupina TNT poskytující služby poštovní a expresní přepravy dosáhla celosvětově v roce 2009 celkového obrátu 10,4 mld. eur. Oproti předcházejícímu roku tak snížila svůj celkový obrát o 6,7 %. Provozní zisk společnosti byl

(Pokračování na stránce 2)

Makro je aktivní na Facebooku

Společnost Makro Cash & Carry ČR zřídila na stránkách Facebook svůj firemní profil – www.facebook.com/makro.cz. Zákazníci na něm najdou aktuální zprávy, zajímavá témata z oblasti Gastro či akční nabídky. Obsah se bude průběžně upravovat podle přání zákazníků. Firma tak míří především na mladší podnikatele ve věku 20 až 35 let, kteří Facebook a internet aktivně používají. Stránky jsou však přístupné i těm, kteří dosud nemají na Facebooku svůj profil. „Naší snahou je co nejvíce ulehčovat našim profesionálním zákazníkům podnikání, přístup k informacím i vlastní nákup v našich velkoobchodech. Protože velká část převážně mladých podnikatelů s internetem a Facebookem denně pracuje, rozhodli jsme se jim vyjít vstříc a připravit pro ně zajímavé a aktuální informace použitelné pro jejich podnikání. Do budoucna Facebook plánujeme využít jako platformu, kde bychom nové generaci přiblížili nezávislé podnikání v oblasti gastronomie jako perspektivní a zajímavou kariéru,“ říká Aleš Drábek, ředitel pro řízení vztahů se zákazníky.

Sconto vstupuje na slovenský trh

Sconto Nábytek otevřel začátkem března první obchod ve slovenské Trnavě. Oficiálně tak vstoupil po Německu a České republice, kde má již pět fungujících obchodních domů, na další evropský trh. Celková investice do



projektu přesáhla 12 mil. eur. „Na základě dlouhodobého úspěchu prodejen Sconto v České republice jsme se rozhodli rozšířit své aktivity také na Slovensko. Slovenský trh v posledních letech zaznamenal velmi pozitivní vývoj. Neustále rostoucí životní úroveň a koupěschopnost obyvatelstva vytvořily dobré předpoklady k tomu, aby naše fungování na tomto trhu mohlo být úspěšné,“ uvádí Roman Púry, ředitel Sconto Nábytek pro ČR. Firma na Slovensku představuje upravený koncept, jedná se především o nový design samotné budovy prodejny a skladu. Nový vzhled spojuje kombinace žlutých a oranžových ploch. Prodejna, která zaujímá přibližně 7000 m², nabízí ve dvou podlažích standardní sortiment uspořádaný podle jeho finálního umístění.

DKV Box začal sjednocovat mýtné systémy

Sedm evropských zemí, sedm mýtných systémů, sedm různých „krabiček“ za čelním sklem každého kamionu. Taková je dnešní realita plynoucí z nejednotnosti mýtných systémů. Prvním operátorem, který začal tuto elektronickou změň sjednocovat, je DKV Euro Service představením elektronické palubní jednotky DKV Box. „DKV Box startuje novou éru ve vyúčtování mýta,“ říká Ondřej Pavlík, výkonný ředitel české pobočky DKV. „S naší novou jednotkou OBU pojedou řidiči dvě velké evropské země – Francii a Španělsko, a počítáme s tím, že v blízké budoucnosti k nim přibude i Portugalsko. Snahou DKV je, aby naše jednotky v budoucnosti pokryly celou Evropu.“

Nová jarní nabídka kaváren Starbucks

Společnost Starbucks Coffee Company a její joint venture partner AmRest Holdings SE oznámily, že všechna espressa, celozrnná káva a nápoje, jejichž základ tvoří espresso, nabízené ve všech deseti kavárnách Starbucks na českém trhu, jsou počínaje březnem 2010 certifikovány jako 100% Fairtrade. Tento fakt se týká také celého evropského trhu, což znamená, že Starbucks bude podávat celkem více než 300 tisíc Fairtrade espressa nápojů v Evropě každý den. Starbucks kavárny je nabízejí v období od 2. března do 3. května 2010. Vladan Armus, brand president společnosti Starbucks pro region střední a východní Evropy, bude jedním z hlavních řečníků nadcházející konference Bio Summit 2010, a to s prezentací „Odpovědnost Starbucks vůči společnosti“.



Right Guard vstupuje na český trh

Společnost Henkel ČR uvádí na český trh novou prémiovou značku tělové kosmetiky pro muže Right Guard. Brand s padesátiletou historií byl doposud k dostání pouze na americkém trhu, kde je druhou nejpopulárnější značkou pánských deo přípravků. Firma tímto reaguje na silící poptávku trhu po antiperspiračních přípravcích a otevírá nový segment vysoce účinných produktů pro muže s až 48hodinovou ochranou. Novinku bude podporovat téměř celý rok silná TV kampaň třemi různými postupně nasazovanými spoty. Začne v polovině dubna na TV Nova a TV Prima, a od letošního roku nově i v balíčku na TV stanicích Nova Cinema, Nova Sport a TV Spektrum. V in store komunikaci využije firma displeje, materiály do výloh, spotřebitelský letáček atd. Henkel ČR plánuje také reklamní kampaň ve vybraných fitness centrech a kromě kampaně v tisku proběhnou i sponzoringové aktivity.

(Pokračování ze stránky 1)

648 mil. eur. TNT má v České republice tři divize: TNT Express, TNT Post a TNT In-night. „Výrazné úspory nákladů a silné zaměření na hotovost nám umožnily vyjít z ekonomické krize jako finančně a provozně silnější společnost,“ uvádí generální ředitel TNT Peter Bakker.

Celkově bylo v uplynulém roce dosaženo úspor ve výši 527 mil. eur. Pro letošek firma předpokládá zlepšení ekonomického prostředí, je nicméně stále velmi obtížné odhadnout, jak se ekonomika bude vyvíjet. Objem expresních zásilek, tržeb a celkových výsledků by měl být nad úrovní roku 2009. V divizi Express se největší nárůst objemu zásilek očekává u služby TNT Economy Express.

Mezinárodní fotografická soutěž pro studenty

Společnost Samsung vyhlásila Světovou soutěž v kreativním fotografování (World Creative Imaging Competition – WCIC). Je určena nadaným studentům z uměleckých škol celého světa, jejichž úkolem bude novým digitálním fotoaparátem Samsung NX10 zachytit fotograficky inspirující okamžiky. Samsung NX10 patří mezi novou generaci digitálních fotoaparátů, která byla vyvinuta s cílem podpořit rozvoj tvůrčího talentu prostřednictvím pokročilých funkcí. Fotoaparát umožňuje studentům nejenom vytvářet dokonalé fotografie, ale také realizovat jejich vlastní tvůrčí záměry.

Philips a udržitelný rozvoj

Společnost Royal Philips Electronics oznámila, že dosáhla významného pokroku ve svém programu EcoVision4, který byl uveden v roce 2007, a nastavuje cíle pro prodej zelených produktů, pro investice do zelených inovací a pro vyšší efektivitu spotřeby energie do konce roku 2012.

Firma uvádí, že 31 % z celkového obrátu v roce 2009 pocházelo z prodejů zelených výrobků, což představuje tříletý nárůst oproti plánu a očekává se dosažení 50% hranice v roce 2015. Společnost v roce 2010 dosáhne svého cíle investic do zelených inovací v celkové hodnotě 1 mld. eur a je v dobré pozici, aby splnila svůj závazek zlepšit efektivitu provozní spotřeby energie o 25 %.

Subway chce předhonit McDonald's

Americký řetězec rychlého občerstvení Subway má ambiciózní plány v Číně. Prezident společnosti Fred DeLuca podle ČTK uvedl, že v příštích deseti letech by tam mohl Subway předhonit v počtu restaurací světovou jedničku McDonald's. Subway, který se zaměřuje hlavně na obložené bagety, má v současnosti v Číně 150 restaurací a letos se jich chystá otevřít 35 až 50. Fred DeLuca, který založil firmu v roce 1965, kdy mu bylo 17 let, dodal, že Čína má obrovský růstový potenciál. Do pěti let chce mít firma v Číně 500 provozoven.

Reisten slaví a zvyší produkci

Moravské vinařství Reisten, jež se specializuje na produkci špičkových přívlastkových vín, slaví 10 let od svého založení. „Původně jsme počítali jen s omezenou produkcí kolem 25 tisíc lahví ročně. Zájem zákazníků nás ale přivedl až k současným zhruba 100 tisícům lahví. Cílovou metou je pro nás roční výroba asi 130 tisíc lahví špičkového vína,“ uvádí ředitel společnosti Petr Očenášek. Právě proto Reisten hodlá do konce roku 2011 s náklady přibližně 70 mil. Kč vybudovat v Pavlově nové výrobní prostory, jejichž součástí bude i vinotéka a penzion pro milovníky vína.

KM Beta rozjíždí sponzoringovou kampaň

Hudba Ondřeje Brzobohatého doprovází nový sponzoringový spot společnosti KM Beta, který se v březnu na obrazovkách objeví 58krát. Televizní kampaň zaměřená především na dlouhou životnost betonové střešní krytiny oslovuje potenciální individuální stavebníky, ale i architekty a projektanty z řad diváků televize Nova. Navazuje na ni kampaň ve vybraných rozhlasových stanicích, na internetu a v tištěných médiích. Cílem je zvýšení povědomí o značce KM Beta a připomenutí, že tato česká firma nevyrábí jen střešní systém, ale i další kvalitní stavební materiály.

„Televizní sponzoringové kampaně na přelomu zimy a jarních měsíců se nám osvědčily již v minulých letech. Letos ale diváky překvapíme chytlavou hudbou, novými vizuály i texty,“ doplňuje Jiří Foltýn ze společnosti KM Beta.



Konference Retail in Detail/Efficient Promotions

Konference Retail in Detail/Efficient Promotions, která se bude konat 31. března v novém pražském konferenčním centru U Hájků, jasně potvrzuje, že otázka efektivních promocií patří v kontextu stávající recese maloobchodního trhu k těm nejzaváhavějším. Toto téma přilákalo čtyři týdny před akcí již stovku účastníků a aspiruje tak na to, stát se vůbec nejatraktivnějším v desetileté historii těchto specializovaných konferencí. Zájem projevují zástupci obchodu i výroby z mezinárodních i domácích nezávislých společností. Program je k dispozici na internetové adrese <http://retail-in-detail.retailinfo.cz/program> a zaregistrovat se můžete na webových stránkách <http://retail-in-detail.retailinfo.cz/online-registrace>.

Mlékárna Bohemilk bude rozšiřovat nabídku

Opočenská mlékárna Bohemilk se vedle tradičních mléčných produktů zaměřuje také na ledové pochoutky. Z jejich sušených i tekutých zmrzlinových směsí Mixar a Fredomix lze jednoduše a rychle vytvořit točené i porcované zmrzliny, koktejly, shaky nebo ledové nápoje mnoha příchutí. Mohou být vhodným doplňujícím sortimentem potravinářských prodejen, např. pekáren, cukráren, kaváren, ale i plaveckých bazénů, výstav, veletrhů či hudebních koncertů.

„Pro jejich jednoduchou přípravu, vysoký nášleh (zmrzlina má stálou konzistenci a drží tvar), vynikající chuť a stálost kvality jsou dlouhodobě velice oblíbené mezi prodejci zmrzlin. Doplňujícím sortimentem se v roce 2008 staly také směsi pro přípravu ledových tříští,“ dodává Veronika Pácalotová, marketingová manažerka společnosti Bohemilk.

V dohledné době by se v obchodech měla objevit také retailová balení oblíbeného Řeckého jogurtu a kysaného mléčného výrobku Cream Fresh.



Pobočka Siko Koupelny v Třebíči

Společnost Siko Koupelny otevřela na začátku března v Třebíči již 41. pobočku v rámci sítě vlastních a partnerských prodejen. Firma pro zákazníky připravila speciální slevové akce, které potrvají až do 21. března. „V naší prodejna najdete pestrou nabídku, ze které si vybere opravdu kdokoli. K tomu dopomůžou jednak vystavené vzorové koupelny a také bohatý sortiment kompletního koupelnového vybavení od obkladů a dlažeb přes vodovodní baterie, vany, sprchové kouty, sanitární keramiku, koupelnový nábytek či koupelnové doplňky až po armatury a bojler,“ říká vedoucí trebičské prodejny Ladislav Sochor. Na prodejní ploše 530 m² si zájemci mohou prohlédnout 34 vzorových koupelen.

PLMA's 2010 World of Private Label

Veletrh PLMA's 2010 World of Private Label, který proběhne 18. a 19. května v Amsterdamu, se zaměří na nové výzvy a příležitosti. Brian Sharoff, president, PLMA, komentuje: „Retaileri se věnují svým programům privátních značek, aby reagovali na výrazně konkurenční prostředí současného maloobchodního trhu. Budoucí úspěch záleží na tom, jestli budou prodejci a výrobci spolupracovat ještě efektivněji než v minulých letech.“

Rostoucí význam privátních značek budou analyzovat mluvčí semináře, který se uskuteční 17. května, den před zahájením výstavy v amsterdamském RAI Centre. Kromě jiných vystoupí Serge Papin, president, Systèmes U, Francie, Lu Ann Williams, head of reseach, Innova Market Insights, a Xavier Durieu, secretary general, Eurocommerce. Více na www.plmainternational.com.

Personálie

- Na nově vytvořenou pozici ředitele marketingu čokoládových cukrovinek Nestlé Česko nastoupil na začátku letošního února Karsten Kühme. Tuto oblast marketingu doposud v Nestlé řídil Otakar Jirgl, který zůstává šéfem marketingu nečokoládových cukrovinek. Oba podléhají přímo generálnímu řediteli. Od roku 2006 pracoval Karsten Kühme jako ředitel marketingu cukrovinek Nestlé v Německu. Dříve působil ve vedoucích pozicích v marketingu kávy a kávových specialit a v prodeji klíčovými zákazníky v Kraft Foods v Německu.

- S ohledem na obsáhlou oboru digital signage a pro ještě kvalitnější fungování sekce pro digitální komunikaci zřídila POPAI nově výkonnou radu pro oblast digitální komunikace, která je složená z garantů pro jednotlivé okruhy činnosti. Bude pracovat v tomto složení: činnost celé sekce, ale také oblast interní a externí komunikace bude zastřešovat Michal Augusta ze společnosti Visual Impact. Pavlína Klementová z firmy POS Media bude garantem průzkumových aktivit sekce a také akcí ve sféře digitálních médií v místě prodeje. Mojmír Halen ze společnosti Q advertising bude garantovat projekty realizované v digitálních médiích mimo místo prodeje. Technické otázky a monitoring funkčních systémů digital signage bude mít na starosti Ondřej Kreidl z firmy Glance Media.

- Novým client service account managerem v Millward Brown se stal Ivan Barvínek. Přišel z agentury GfK Czech a primárně se zaměřuje na výzkum značky a komunikace. Další posilou je Anna Koshcheeva. Přišla ze společnosti Kraft Foods International, pro kterou pracovala dva roky ve Vídni. Předtím působila v marketingových a výzkumných odděleních společností v Polsku a Rusku.