

REGAL^{line}

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 27/10, 10. 8. 2010

CICPEN vítá stanovisko ministerstva

Jsme rádi, že Ministerstvo životního prostředí ČR (MŽP ČR) neuvažuje o legislativní úpravě, která by vedla k zálohování PET lahví a plechovek, hodlá podporovat stávající formy třídění komunálního odpadu a bude klást důraz na co nejvyšší materiálové využití odpadu.

Česká republika má totiž zaveden efektivní a několika lety osvědčený systém recyklace obalů. Podle statistik MŽP ČR a Evropské komise dosahuje ČR nadprůměrných výsledků recyklace obalových odpadů s efektivní mírou nákladů, a to bez použití zálohového systému či povinných kvót na vratné obaly. Rozšíření teze rozvoje odpadového hospodářství MŽP ČR z května 2010 se zavedením povinných záloh na nevratné obaly do budoucí legislativy vůbec nepočítají. Zavedení povinných záloh na nevratné plasty by nevyhnutelně přineslo úpadek současného systému třídění v obcích (vyjmutím kategorie plastů ve žlutých kontejnerech, s níž obce obchodují).

Zavedení systému povinného zálohování nevratných plastových lahví by české spotřebitele stálo celkem několik miliard Kč (5 až 6 mld. Kč podle použitého modelu), přičemž výsledkem by bylo nejen snížení jejich komfortu (platím více, nesu domů, vypiji, nezmačkám a neodhodím do žlutého kontejneru poblíž domu, ale odnesu vymyté a nepoškozené zpátky v pytlí do prodejny do odběrového automatu), ale také s velkou pravděpodobností nedosažení cíle zvýšení recyklace. Například v sousedním Německu došlo po zavedení zálohového systému k poklesu celkové míry recyklace z 81 % na 71 % během šesti let na přelomu století.

Téměř 7 lahví z 10 je dnes v ČR díky systému třídění v obcích recyklováno, systém pokrývá 98 % obyvatelstva ČR a komunální odpad třídí shodou okolností také 7 lidí z 10. Výsledky systému Eko-kom za rok 2009 jsou i přes obtíže spojené s krizí na trhu druhotných surovin výborné: celková míra recyklace obalových odpadů 71 %, čímž se ČR řadí k nejúspěšnějším zemím EU.

Jan Bláha, tajemník

Czech Industrial Coalition for Packaging and Environment (CICPEN)

Thajská kuchyně v hypermarketech Tesco

Obchodní oddělení velvyslanectví Thajského království v Praze a společnost F.W.Tandoori připravují na letošní září pro zákazníky vybraných hypermarketů Tesco ochutnávku tradičních thajských pokrmů. Proběhnou postupně, vždy od 10 do 18 hodin: Tesco Letňany (11. a 12. 9.), Tesco Eden (13. a 14. 9.), Tesco Skalka (15. a 16. 9.), Tesco Smíchov (17. a 18. 9.), Tesco Zličín (19. a 20. 9.), Tesco Plzeň – Rokycanská (22. 9.) a Tesco Plzeň – Borská Pole (23. 9.). „V hypermarketu bude instalován stánek v tradičním thajském designu, ve kterém budou thajští kuchaři, za použití originálních thajských ingrediencí značky Exotic Food, připravovat přímo před zákazníky typické thajské speciality na elektrickém woku,“ říká Michal Feitl, výkonný ředitel, F.W.Tandoori.

Grilování s KLASOU

Při doporučení i nákupu potravin pro grilování je možné se orientovat také podle značky kvality KLASA. Pod ní spotřebitelé naleznou vhodné suroviny nejen ke grilování, od mastných výrobků přes nejrůznější ingredience k přípravě dipů a omáček, konče sýry a čerstvou zeleninou. Z řady výrobků značky KLASA lze na seznam pro grilování zařadit například výrobky společnosti Vodňanská drůbež (Kuřecí stehna, prsa a křídla) či Masokombinát Plzeň (Grilovací kuřecí párek se sýrem a slaninou, Grilovací tyčinky masové), dále grilovací hořčici Bonoco, Sedláčský hermelín 100 g (Povltavské mlékárny), Krále sýrů Hermelín přírodní (Pribina), Jogurt bílý, Kysanou smetanu (Mlékárna Valašské Meziříčí), Smetanový jogurt bílý, Kysanou smetanu krémovitou (Mlékárna Kunín) a další produkty.



Regal 8/2010

vyjde 18. 8.

V čísle mj. najdete:

- Inovace v in-store
- Bojujete proti krádežím
- Pravidla značení potravin
- Impulsní zboží

Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Subway je na benzinkách, chce i do autosalonů

Fastfoodový řetězec Subway v regionu střední a východní Evropy vstupuje na čerpací stanice. Svou první restauraci na benzinové stanici otevřel na konci června v Pyrzowicích, v blízkosti polských Katovic na čerpací stanici BP. Rozvoj na čerpacích stanicích plánuje i v dalších zemích střední a východní Evropy. „V současné době posuzujeme možnosti spolupráce s některými řetězci čerpacích stanic ve střední a východní Evropě. Jsme také otevření spolupráci při provozování restaurací Subway se stávajícími majiteli či nájemci čerpacích stanic,“ uvádí manažer rozvoje sítě Subway pro střední a východní Evropu Martin Princ. V hledáčku má ale také další netradiční místa, jako jsou autosalony. Těžit chce hlavně z nižších vstupních nákladů pro franšízové partnery.

Dachser rozšiřuje v Polsku služby

Mezinárodní logistický provider Dachser rozšiřuje svou celosvětovou logistickou síť. Segment Air & Sea Logistics (ASL) se v Polsku rozrůstá o nový tým. Polský Dachser, který se stal součástí koncernu Dachser před čtyřmi lety, přepravuje nyní i mezikontinentální letecké a námořní zásilky. Z tohoto důvodu byla na varšavském letišti otevřena ASL kancelář pod vedením country manažera Roberta Pastryka. „Polský zahraniční obchod vykazuje již několik let dynamický rozvoj jak na straně exportu, tak na straně importu. Výhledy na další růst jsou slibné,“ říká Robert Pastryk. Polsko navíc relativně zdárně překonalo globální finanční a ekonomickou krizi. Loni to byla jediná země EU, která dosáhla ekonomického růstu.

Pět cen za reklamu pro Wrangler

Legendární značka džínového oblečení Wrangler získala v červnu na festivalu v Cannes pět cen v hlavních kategoriích. Oceněna byla za webové stránky i reklamní kampaň. V rámci Cannes „Press Lions“, Red, kampaň

(Pokračování na stránce 2)

Až 90% slevy v obchodě Fashion Street 33

Obchod Fashion Street 33 potěší od 16. 7. do 29. 8. 2010 všechny vyznavače ležérní městské módy značky Levi's. Ačkoliv jsou ceny prvního pražského outletového centra Fashion Arena o minimálně 30 až 70 % levnější než v běžných obchodech, tato značka nabízí v rámci konceptu Fashion Street 33 ještě výraznější slevy, které se pohybují v rozmezí 50 až 90 %.

Simone Vaccino, district manažer značky Levi Strauss, dodává: „Jsme velmi rádi, že si budeme moci koncept obchodu speciálních nabídek Fashion Street 33 vyzkoušet. Zároveň jsme zvědaví, jak na tuto nabídku budou reagovat naši zákazníci, zvyklí na náš klasický outletový obchod v centru Fashion Arena. Věříme, že je další výrazné slevy potěší.“



Čaj jako surovina pro vaření

Na přelomu července a srpna proběhl na Sri Lance 2. ročník mezinárodního setkání šéfkuchařů The Chefs and The Teamaker. Jeho organizátorem je tamní rodinná společnost vyrábějící čerstvé čaje Dilmah, jejíž produkty na českém trhu distribuuje výhradně firma Espresso. Českou republiku reprezentoval Radim Gerlich z pražské restaurace Aromi. Mezinárodní degustátoři zaujal především svým horkým nápojem (černý čaj Dilmah English Afternoon s trochou jemného bílého rumu, skořici a kardamonem) a hlavním chodem (jehněčí kotletky s polentou vařenou v čaji Dilmah Ceylon Supreme). Čaje Dilmah na tuzemském trhu zastupuje např. řada Dilmah Exceptional, která je v nabídce obchodních řetězců Globus ČR a Tesco Stores ČR. Firma Espresso se chystá v brzké době představit další novinky a založit tradici osvětového Čajového klubu.

Magister Bohém od Stocku Plzeň

Společnost Stock Plzeň posiluje svoji pozici v segmentu hořkých a bylinných likérů a uvádí na trh novou značku Magister Bohém. „Segment hořkých a bylinných lihovin má stále v Česku klíčové postavení, v maloobchodech je dokonce vůbec největší kategorií trhu s podílem přes 21 %. Někteří konzumenti však vnímají hořké a bylinné jako těžké a hutné pití. Cílem Magistra Bohém je přinést i v této kategorii lehkost, jemnost a osvěžení,“ uvádí generální ředitel firmy Petr Pavlík. Stock Plzeň podpoří vstup Magistra Bohém na trh speciální tříměsíční zaváděcí cenou. Pro podzimní měsíce počítá s propagací v místě prodeje – v maloobchodní síti i v gastronomii – i s dalšími marketingovými aktivitami.



Česká chuťovka – festival a soutěž

Na pražské Kampě se 16. až 19. září 2010 uskuteční nový festival Česká chuťovka, který má ambice stát se dlouhodobým lákadlem pro ty, kteří rádi poznávají různá zajímavá místa České republiky, tentokrát prostřednictvím jejich místních specialist, regionálních potravinářských i řemeslných produktů, gastronomických zvláštností apod. Organizátorem je společnost Sympex Group za aktivní podpory občanského sdružení Gastronomica Bohemica. Budou se zde prezentovat různé územně spřízněné celky od jednotlivých krajů, regionů, mikroregionů až po města a obce, jednotliví farmáři, malovýrobci, řemeslníci, pohostinská zařízení a další. Součástí akce bude i soutěž výrobců potravin s názvem Dobrý potravinářský výrobek „Česká chuťovka“ Slow Food 2010. Je to druhý ročník kvalitativní potravinářské soutěže hnutí Slow Food. Více na www.ceskachutovka.cz.

Letní kampaň Manner

Společnost Manner připravila na letní období marketingovou kampaň. Jejím cílem je přiblížit se svým spotřebitelům a zároveň oslovit nové. Především informuje o kvalitě výrobků, a to prostřednictvím big boardů nebo Manner tour v Brně a Praze. Ochutnat produkty Manner, které rozdávají „růžové“ hostesky, mohou zákazníci na nejznámějších koupalištích a v klubech. Jako prostředek pro své sdělení využila firma letos nově městskou dopravu v Brně v podobě Manner tramvaje a nový Manner autobus na dálkové lince Brno – Ostrava. „Tyto prezentace mají upozornit lidi, kteří ochutnají výrobky Manner, na kvalitu těchto sladkostí. Stejně tak je na polepech a big boardech zdůrazněna informace o vysokém obsahu oříšků ve srovnání s konkurencí. Produkty této značky obsahují kromě více oříšků, také vysoké procento mléka a kaka,“ dodává marketingový a obchodní ředitel Aleš Aldo Kolářek.



(Pokračování ze stránky 1)

Wrangler Jaro/Léto 2010 zlato v kategorii Fotografie. V rámci Cannes „Cyber Lions“, Wrangler Blue Bell získala zlato v kategorii Websites-Microsites oblečení a doplňků, zlato za Craft – Interface – Navigation, stříbro za Craft – Nejlepší užité video a bronz za Craft – Nejlepší hudbu a zvukový design.

Kolekce Wrangler Blue Bell, hlavní linie džínového oblečení, posbírala čtveřici cen za svou webovou stránku Jaro/Léto 2010. Vytvořena byla ve spolupráci Wrangler EMEA týmu a švédské digitální agentury Kokokaka. Bluebelljeans.com využívá interaktivní technologii, speciální snímání efekty a legendárního modela Tonyho Warda.

Verbatim vyhrál s „Media Monsters“

Společnost Verbatim obdržela za svou propagaci stránku nazvanou „Verbatim Championship“ již několik ocenění, včetně Gran Prix a Gold Prize na Tokyo Interactive Ad Awards, Webby Award a stříbrného a bronzového lva na mezinárodním reklamním festivalu v Cannes.

Propagační stránka byla spuštěna v listopadu 2009 s cílem představit globální značku Verbatim na japonském trhu. Dosud zaznamenala 70 milionů návštěv a masivní virální dopad zejména prostřednictvím blogů a Twitteru.

ProLogis pronajal další plochy v Maďarsku

Společnost ProLogis oznámila podepsání smlouvy na dalších 13 300 m² moderních skladových prostor v distribučních parcích ProLogis v okolí Budapešti. Jedná se o firmy: Budapest Papír, veľkoobchod s papírem v Maďarsku vlastněný skupinou PaperlinX Group, který si již v současné době pronajímá 6760 m² v ProLogis Harbor Parku, a Geodis Calberson Hungaria, poskytovatel expresních služeb, který v současné době využívá 6550 m² v budově číslo 3 v ProLogis Parku Budapest-Gyál.

„Opět jsme prokázali, že strategie nabízející profesionální služby doplněná budovami té nejvyšší kvality v perfektních lokalitách maximálně uspokojuje naše zákazníky,“ říká László Kemenes, viceprezident společnosti ProLogis v Maďarsku.

Nové řešení přepravy oblečení na ramínkách

Pro zákazníky v sektoru maloobchodu s exkluzivní módou vyvinul tým DB Schenker skybridge novou krabici pro přepravu oděvů zavěšených na šatních ramínkách. DB Schenker skybridge je řešení kombinující leteckou a námořní přepravu.

Zkracuje přepravní dobu o 30 až 50 % ve srovnání s čistě námořní přepravou a redukuje emise CO₂ až o 50 % ve srovnání s přepravou

(Pokračování na stránce 3)

KMV uzavřela smlouvu s Ecknes-Granini Group

Karlovarské minerální vody (KMV) rozšiřují své stávající portfolio prémiových vod a ledových čajů o ovocné nápoje a džusy. Největší výrobce minerálních a pramenitých vod v České republice uzavřel totiž licenční smlouvu s Eckes-Granini Group (EGG), předním evropským výrobcem ovocných nápojů. Smlouva umožní KMV převzít kompetence importéra mezinárodních prémiových značek granini a Yo syrup pro Českou republiku.

Portfolio značky granini pro maloobchodní prodej v ČR zahrnuje celkem osm příchutí džusů a nektarů v 1l PET lahvích, 0,2l vratné lahve jsou pak určeny pro gastronomii. YO sirupy budou v maloobchodních sítích k dispozici v 0,7l PET lahvích s dávkovacím uzávěrem v jedenácti příchutích.

Tipy na toustování pro obchodníky i spotřebitele

Po tipech na grilování mají značky Penam a Vodňanské kuře konkrétní doporučení pro obchodníky a jejich zákazníky i na přípravu nejenom v létě oblíbených toustů. Nabídka pro ty, kteří nechtějí trávit čas zdoluhavým vařením a jsou vyznavači rychlé, praktické i zdravé přípravy jídel, může zahrnovat například Rosický toustový chléb tmavý, který lze doplnit třeba Šunkovým salámem speciál z kuřecích prsních a stehenních řízků. Mezi další vhodné výrobky lze zařadit i Toustový chléb cereální s vysokým obsahem vlákniny, Toustový chléb světlý, dále Kuřecí šunku z prsních řízků, Kuřecí nugetky či Kuřecí hamburger a další produkty.



Otevření nových prodejen dm v ČR

Dne 3. srpna otevřela dm svou 191. prodejnu, a to v Praze 2 – Vinohradech, na Tylově náměstí, a 6. srpna 192. prodejnu v ČR, konkrétně v Ústí nad Labem, v obchodním centru Všebořice. Na prodejní ploše přesahující 230 m², respektive téměř 340 m², nabízejí široký sortiment výrobků péče o tělo a pleť, dekorativní kosmetiku, výrobky pro péči o vlasy, kosmetiku pro muže, nepřehlédnutelná je i nabídka biopotravin a přírodní kosmetiky. Maminky ocení možnost výběru z bohatého sortimentu péče o dítě a dětské výživy. Samozřejmostí je krmivo pro domácí mazlíčky.

Jeden za všechny, všichni zapakatel (.cz)

Každý den slevy 40 až 90 % na značkové zboží, vstupenky a služby nabízí nový server zaměřený na kolektivní nakupování, Zapakatel.cz. Podmínkou pro získání slevového poukazu na zážitky, sportovní aktivity, módní značky či elektrospotřebiče je, že na nabídku musí kývnout určený počet lidí. Pokud se počet nenaplní, nabídka se po vypršení limitu uzavře a transakce se neuskuteční. „Získali jsme pro náš projekt významné značkové společnosti,“ popisuje manažerka projektu Klára Bitvarová. „Spolupracujeme také se světovými módními značkami, jako například s Oliver nebo Adidas, jehož nabídka bude aktuální hned v začátku provozu našeho serveru,“ dodává. „Dlouhodobě sledujeme vývoj kolektivního nakupování v zahraničí. Podle nás zatím v Česku a na Slovensku dostatečně neprorazil a má přitom ohromný potenciál,“ dodává marketingový ředitel Tomáš Carba s tím, že ve stejnou dobu jako český server začíná fungovat také jeho slovenská verze zabagatel.sk.

Birell představuje polotmavou variantu

Nealkoholické pivo Birell přichází s novou, polotmavou variantou. Chut i vůně Birellu Polotmavého je obohacena o aromatické látky z karamelového sladu. Rozšířením portfolia vychází značka vstříc přáním spotřebitelů, zejména žen, které ze 40 % preferují tmavší varianty pív. „Nealkoholické pivo Birell je s více než 60% podílem největším hráčem na trhu a vidíme v něm potenciál. Nový Birell Polotmavý je tak dalším impulzem pro růst této značky,“ říká Tom Verhaegen, marketingový ředitel Plzeňského Prazdroje. Birell Polotmavý se od 1. srpna prodává v lahvích v restauracích, k 1. září bude zahájen maloobchodní prodej za doporučenou cenu 13,90 Kč. „Kampaň na podporu prodeje bude zahájena v polovině září a její hlavní část poběží do konce října. Bude zahrnovat tiskovou a internetovou reklamu na serverech pro muže i ženy, dále billboardy, bigboardy a sampling,“ dodává Martina Kuncová, brand manažerka značky Birell.



(Pokračování ze stránky 2)

zboží po celé vzdálenosti letecky. Služba také šetří ve srovnání s leteckou přepravou 30 až 50 % nákladů.

„Pokračujeme i nadále v upevňování naší vedoucí pozice ekologického poskytovatele přepravy a logistiky. Ekologický aspekt je založen na naší rozsáhlé mezinárodní síti, která inteligentně propojuje jednotlivé druhy přeprav,“ říká Thomas C. Lieb, předseda představenstva Schenker AG, odpovědný za globální leteckou a námořní přepravu.

Hornbach pomohl vybudovat pevnost v Trenčíně

Vítězný projekt soutěže „Pust' se do svého projektu“, kterou vyhlásila společnost Hornbach loni v létě, byl slavnostně představen na ostrově na Váhu v Trenčíně. Jedná se o „Pevnost plnou zábavy“, kterou zrealizoval klub ATYP. Nápad trenčinských dobrodruhů podpořil Hornbach materiálem na stavbu v hodnotě 15 tisíc eur.

Sportovně zábavná tvrz nabízí návštěvníkům lákadla v podobě lezeckých stěn, visutých mostů, skluzavek, trampolín či skalních převisů nebo překážkových drah. Součástí slavnostního dne byla i oblíbená soutěž Spla-nekor 2010, kterou sružení ATYP každoročně na břehu řeky Váh pořádá.

Personálie

- Maloobchodní síť prodejen Albert jmenovala Libora Ondráčka generálním ředitelem společnosti Ahold Retail Slovakia. Nové pozice se ujme s platností od 1. září a bude v ní řídit síť prodejen Albert a Hypernova na Slovensku. V návaznosti na to byl novým ředitelem oddělení čerstvých potravin značky Albert pro Českou republiku jmenován Marek Novotný. Ten ve své nové roli nahradí právě Libora Ondráčka a bude v ní koordinovat tým, který má na starosti nákup a nabídku čerstvých potravin v prodejnách Albert v ČR.

- Barbora Machová se od července 2010 stala novou PR specialistou expresní a logistické společnosti GO! Express & Logistics. V GO! je odpovědná za externí komunikaci. Na této pozici vystřídal Jiřího Wagnera, který pro společnost pracoval do 31. května 2010.

- Vedením společnosti Merlot Grand Vins byl od 4. června 2010 pověřen Lukáš Kubíček, který byl následně jmenován i členem představenstva.

- Country sales manažer značky Levi's v České republice a na Slovensku Miroslav Kubricht bude pro jednu z největších oděvních značek světa nově řídit obchod také v dalších zemích východní Evropy. Do jeho kompetence nově patří také Chorvatsko, Slovinsko, Makedonie, Černá Hora, Srbsko, Kosovo a Bosna a Hercegovina.