

REGAL^{line}

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 13/11, 5. 4. 2011

Mezinárodní retaileři plánují další expanze

Retaileři plánují nadále expandovat, vyplývá z každoročního průzkumu CB Richard Ellis „Jak aktivní jsou retaileři“. Průzkum mezi 212 předními maloobchodními řetězci, kdy dotazovaní odkrývali své plány, ukazuje, že nálada na trhu se pomalu zlepšuje a více než polovina plánuje otevřít své obchody v nových destinacích.

Nejvíce maloobchodníků cílí na Německo hlavně kvůli silnému ekonomickému růstu a zároveň nedostatku mezinárodních značek na trhu. Česká republika se umístila na 7. místě a je atraktivní pro 28 % dotázaných. V letošním roce zde plánují otevřít vlastní obchody Desigual, Foot Locker, Top Drawer, Prestige Man či krejčovství Josef Knize.

Jan Hospodář, vedoucí oddělení maloobchodních pronájmů, dodává: „Pro Českou republiku, která obsadila sedmé místo v žebříčku nejžádanějších zemí, je to velmi pozitivní zpráva. Z oslovených značek většina preferuje vlastní obchody před franšizami.“

1.	Německo	41 %
2.	Polsko	33 %
3.	Francie	33 %
4.	Španělsko	30 %
5.	Velká Británie	29 %
6.	Rusko	28 %
7.	Česká republika	28 %
8.	Itálie	27 %
9.	Rakousko	27 %
10.	Belgie	25 %

Zdroj: CB Richard Ellis, 2011

Mlékomaty ze Lhoty slaví první výročí

Už více než rok mohou obyvatelé a návštěvníci Hradce Králové nakupovat kvalitní čerstvé mléko ze speciálních automatů. První výdejní zařízení jejich provozovatel Agrodružstvo Lhota pod Libčany instaloval vloni v lednu před supermarketem Terno na Slezském Předměstí. Další mléčný „bar“ se objevil začátkem dubna minulého roku na Batkově náměstí v centru krajského města a třetí v květnu poblíž bývalé prodejny Hvězda na Moravském Předměstí. Do současnosti tak prostřednictvím tří svých automatů lhotecká firma v Hradci Králové celkem prodala zhruba 108 tisíc litrů čerstvého mléka.

Předseda představenstva Agrodružstva Pavel Veselý doplňuje: „Průměrné denní prodeje na jednom mlékomatu se dnes pohybují okolo 80 litrů. V prvních týdnech po zahájení provozu si ovšem zákazníci z každého výdejního zařízení v Hradci Králové odnášeli až 300 litrů čerstvého mléka denně. Podle Státní veterinární správy je v ČR zhruba 170 těchto výdejních zařízení.“



Nový systém zákaznických karet

Společnost Axescard, exkluzivní partner společnosti Global Payments Europe, uvedla na český trh nový systém dárkových, věrnostních a slevových karet Axescard. Spojuje téměř všechny dosud využívané funkcionality věrnostních a platebních karet v jeden komplexní systém. Karty jsou vybaveny magnetickým proužkem a jsou přijímány v běžných platebních terminálech. Webová aplikace Axescard navíc umožňuje koncovým zákazníkům kontrolovat zůstatky na jejich účtech a uskutečňené transakce, on-line dobít svou kartu nebo realizovat platbu v e-shopu obchodníka. „Evidujeme mimořádný zájem o náš produkt z řad retailových obchodníků, kteří považují věrnostní systém za ideální nástroj k udržení svých stávajících zákazníků a získání nových. Obchodníci ocení především jednoduchou evidenci nákupního chování držitelů karet a možnost okamžitého výběru a akumulace hotovosti,“ říká Miroslav Opatrný, ředitel, Axescard.

Interiérová značka Cantori na českém trhu

Dne 31. března byla slavnostně uvedena italská interiérová značka Cantori na český a slovenský trh, a to během zahajovací party v novém Show Roomu Cantori v pražské Křížkové ulici. Výhradní zastoupení na obou trzích zajišťuje na počátku tohoto roku založená společnost Art H.O.M.E. Jednotlivé kolekce výrobků určených pro interiérové vybavení bytových i komerčních prostor jsou vytvářeny jako ucelené řady v lehkém současném designu, včetně textilu a doplňků. Lze je vzájemně kombinovat a již zařízený interiér každoročně doplňovat novinkami. Zahrnují prvky z tepaného železa ve škále povrchových úprav, jako je chromování a niklování kovu, satinování, voskování, stříbření, zlacení nebo úprava šampaň, případně staření. Více na www.cantori.cz.

Regal 3/2011

vyšel 22. 3.



V čísle mj. najdete:

- EuroShop 2011
- Město – venkov, mýty versus realita
- Grilovací sezona

Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

V centru pozornosti politika vinařství

Od 10. do 12. dubna 2011 se výstaviště ve Vídni stane platformou pro výměnu informací o vinařských technologiích. Veletrh Intervitis Vienna již potřetí přivítá výrobce vína a producenty ovoce především z Rakouska a sousedních států, tedy ČR, SR, Maďarska a Chorvatska. Jak uvádí vedoucí projektu Andrea Schnabel, účast firem bude podstatně vyšší než v roce 2008. Veletrh pořádá Messe Stuttgart ve spolupráci s Německým vinařským svazem (Deutscher Weinbauverband) a pod odbornou a ideovou záštitou Rakouského vinařského svazu (Österreichischer Weinbauverband). Organizátoři očekávají zhruba 220 mezinárodních vystavovatelů a 7000 návštěvníků. Více: www.intervitis-vienna.at. Zdarma vstupenky u českého zastoupení na: www.naveletrh.cz.

Nejetičtější na světě

Firma Henkel se již po čtvrté za sebou umístila v žebříčku „Nejetičtějších společností světa“. Toto ocenění uděluje americký institut Ethisphere firmám z celého světa za výjimečný etický přístup k řízení podniku a úsilí vynaložené v oblasti udržitelného rozvoje. Žebříček zahrnuje 110 podniků, které byly vybrány z tisícovek přihlášených z více než 100 zemí a 38 různých oborů. Letos byl také Henkel již podruhé oceněn v hodnocení Institutu CRF jako „nejlepší německý zaměstnavatel“. Firma se letos objevila i mezi stovkou trvale nejudržitelnějších společností na seznamu „Korporátních rytířů“ v rámci žebříčku „Global 100“. A mimo to získala ve dvou posledních letech cenu obchodního řetězce Wal-Mart za udržitelný rozvoj (Wal-Mart Sustainability Award).

Cindy Crawford opět pro Deichmann

Křišťálová voda, palmy, bílý písek, kam jen oko dohlédne – tyto kulisy karibského ostrova Antigua jsou místem natáčení nového televizního spotu Deichmann se Cindy Crawford. V reklamním klipu představí americká topmodelka svoji čtvrtou kolekci obuvi Cindy Crawford Collection by 5th Avenue. „Spolupráce se Cindy Crawford byla v minulých letech velice (Pokračování na stránce 2)“

Jarní kampaň značky s.Oliver

Módní a lifestyleová značka s.Oliver se rozhodla přivítat první jarní měsíce marketingovou kampaní. Cílem akce naplánované na přelom března a dubna 2011 je představení speciální kolekce Maritim – Styles and Stripes a posílení povědomí o značce s.Oliver u české veřejnosti. „Představení nové kolekce jsme se kromě PR služeb rozhodli podpořit i inzercí a vklady ve vybraných lifestyleových časopisech. Chybět nebudou ani citylight vitríny v Praze a Bratislavě,“ upřesňuje Pavla Pirklová, marketing coordinator s.Oliver pro ČR a SR. „Kombinaci placené prezentace v časopisech spolu se citylight vitrínami v outdooru jsme zvolili záměrně. Naším cílem je zákazníka oslovit nejen doma při listování časopisem, ale také venku na ulici při cestě do práce a z práce,“ dodává. Více na www.soliver.cz nebo www.facebook.com/s.Oliver.cz.



Budějovický Budvar investoval 140 milionů

Budějovický Budvar uvádí do provozu modernizovanou linku na stáčení skleněných lahví. Strojní vybavení v hodnotě 140 mil. Kč zvýší výkon lahvové linky, přinese finanční úspory a umožní dodávat nové formáty skupinového balení lahví. Technologický celek se skládá z kartonážního stroje, stroje na skupinové balení lahví, robota pro paletizaci hotových výrobků, ovíjecího stroje a systému pro automatickou dopravu paletizovaného zboží do skladu. Zařízení dodaly společnosti KHS, SSI Schäfer a Mead WV. „Nová technologie zvýší výkon stáčecí linky, uspoří obalový materiál asi za 500 tisíc Kč ročně a sníží i potřebu pracovních sil, neboť zařízení prakticky nevyžaduje lidskou obsluhu. Především ale umožní balení lahvového piva v několika zcela nových formátech a tím zvýší naši konkurenceschopnost,“ říká vedoucí oddělení techniky a energetiky Dalibor Čáp.

Nestlé přichází s rozšířenou realitou

Od dubna využije společnost Nestlé princip rozšířené reality jako vůbec první potravinářský výrobce na svých obalech dětských cereálií. Firma si pro podporu zájmu o své cereálie vybrala princip interaktivní hry, která připomíná Eye Pet Move edition pro Playstation 3. V tomto případě je rozšířená realita spojena s animovanou postavou papouška Blu, hlavního hrdiny nového filmu Rio, který má premiéru také v dubnu. Na každém balení najde spotřebitel potřebnou matici – čtvercový obrázek, který lze vystřihnout a navléknout na ruku. Obrázek je po připojení na webovou stránku www.nestle-rio.com snímán webkamerou. Tak vytváří propojení obrazu místnosti a postavy s kresleným prostředím, kterému dominuje modrý papoušek na bidýlku. V prvním interaktivním kole musí hráč ovládnutím hrnečku s cereálními kuličkami postupně na různých místech obrazovky znučeného papouška nakrmit. Tím si odemkne vstup do volné sekce, kde už může pomocí ovládací kartičky, na které papoušek sedí, vyvolávat různé zábavné situace.



V Brně vyrostou nové obchodně-průmyslové plochy

V Brně se po dvou letech klidu opět začne stavět projekt, který nabídne prostory pro průmyslové využití. Developer Raiffeisen Leasing Real Estate, prostřednictvím své dceřiné firmy RLRE Carina Property, získal stavební povolení pro stavbu projektu H-park o podlažní ploše zhruba 8000 m². Tento projekt nabídne mix obchodních, kancelářských a skladových ploch k pronájmu. Lokalita se nachází na okraji centra města, v sousedství komerční zóny v Heršpické ulici. Pronájmem bylo pověřeno oddělení průmyslových nemovitostí z poradenské společnosti Cushman & Wakefield.

Nový koncept nakupování pro Prahu

Společnost Unibail-Rodamco zahajuje novou éru nákupních center v ČR. Nové regionální nákupní centrum Centrum Černý Most nabídne svým zákazníkům na ploše více než 82 tisíc m² přes 160 maloobchodních jednotek, zábavní zóny, prostory pro pořádání akcí i možnosti relaxace a zábavy. Dalšími charakteristickými prvky jsou kromě designu interiéru i exteriéru také nové materiály a stavební technologie minimalizující dopad na životní prostředí. Projekt navíc nabídne lepší dostupnost a 3300 parkovacích míst. Nové Centrum Černý Most poskytne nejen lepší možnosti nakupování a zábavy, ale také prostor pro setkávání a relaxaci lidem všech generací. Zákazníci se mohou těšit na více než 160 nových maloobchodních jednotek s nabídkou české a mezinárodní módy, exkluzivních značek, služeb, multimédií a širokou škálou občerstvení. Stravovací část je jednou z klíčových novinek konceptu. Nové restaurace budou součástí prostoru vhodného pro pořádání různých marketingových akcí a budou dále propojeny s nabídkou nového kina. Pro nejmladší návštěvníky je určen dětský koutek a speciálně vytvořená místa s interaktivními prvky.



(Pokračování ze stránky 1)

úspěšná. Je přirozeně přesvědčivá a naši zákazníci jí důvěřují,“ zdůvodňuje firma spolupráci s charismatickou Američankou. Televizní spot lze vidět od 18. března nejen na několika kanálech v České republice, ale i v jiných zemích, kde má skupina Deichmann své prodejny.

Dražší nakupování

Od 1. dubna 2011 dochází k významné změně v osvobození od DPH u zásilek zboží nepatrné hodnoty. Od DPH bude osvobozeno pouze zboží v zásilkách, jehož úhrnná hodnota nebude přesahovat 22 eur. Pro použití nového limitu je rozhodující datum předložení zboží k celnímu řízení, nikoli datum objednání zboží v zahraničí. Běžného občana se uvedená změna dotkne zejména u zboží nakupovaného přes internet v zemích mimo EU (např. oblíbené internetové obchody v USA). Limit 150 eur pro osvobození zboží od cla se nemění. Uvedená osvobození se i nadále nevztahují na alkoholické nápoje, parfémy, toaletní vody, tabák a tabákové výrobky. Zákon č. 47/2011 Sb., kterým se mění zákon č.235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, byl ve Sbírce zákonů zveřejněn 8. března 2011.

Další ročník Henkel Art.Award.

Společnost Henkel Central Eastern Europe (Henkel CEE) vyhlašuje již podesáté soutěž Henkel Art.Award., jejíž vítěz získá finanční odměnu ve výši 7000 eur a možnost uspořádat výstavu ve své zemi i samostatnou expozici ve vídeňském Muzeu moderního umění Nadace Ludwig (MUMOK). Soutěž je otevřená pro výtvarné umělce z 23 zemí zmíněného regionu. Kromě hlavní ceny bude udělena také Cena pro mladé rakouské umělce dotovaná finanční prémie ve výši 2000 eur a ve spolupráci s partnerem KulturKontakt Austria bude opětovně předána speciální cena v podobě stipendia v hodnotě 2000 eur pro mladé umělce ze střední a východní Evropy. Vítěz této ceny bude vybrán z účastníků programu Artists-in-Residence pořádaného sdružením KulturKontakt Austria. Více na adrese <http://artaward.henkel-cee.com> nebo také na www.facebook.com/HenkelArtAward.

Vinaři z ČR na veletrhu ProWein

Od 27. do 29. března proběhl v Düsseldorfu mezinárodní veletrh vinařství a lihovnictví ProWein. Představilo se zde 3400 firem z Evropy, Ameriky, Afriky, Asie a Oceánie. Výrobci i obchodníci zde získali přehled o aktuální nabídce, nových trendech a inovacích v oboru vína a lihovin. Vinaři z ČR prezentovali svá vína ve společné národní expozici realizované Vinařským fondem a Národním vinařským centrem. Např. Templářské sklepy Čejkovice nabídky vína nové exkluzivní řady Sanctus Victoria a také úspěšné řady Komtur Ekko. „Templářské sklepy chtěly potvrdit kvalitu vín z ČR, a proto v Düsseldorfu představily to nejlepší ze svých vinic a sklepů,“ říká Jakub Šamšula, sommeliér Templářských sklepů.

Módní značka Jamie Sadock plánuje expanzi

Na český trh přichází nová módní značka Jamie Sadock, která se specializuje na oblečení pro golf a volný čas. Futuristické pojetí, odvážné kombinace barev a kvalitní funkční materiály jsou charakteristickými znaky nového stylu luxusní sportovní módy. Za návrhy stojí americká umělkyně Jamie Sadock, designérka a zakladatelka značky, která se zúčastnila otevření první prodejny v prosinci minulého roku v OC Palladium v Praze. Společnost Smart Step, která vlastní licenci Jamie Sadock pro evropský trh, plánuje během tohoto roku otevřít další prodejny. Potenciálním partnerům nabízí možnost nezávislého podnikání formou franšizingu, které bude podpořeno zájemem silné mezinárodní společnosti. „S neustálým se zvyšujícím zájmem o golf chceme uspokojit potřebu zákazníků po oblečení, které by je odlišilo a poskytlo dostatečný komfort a kvalitu,“ vysvětluje předsdkyně představenstva Marie Nováková.

Česká biopotravina roku 2010 – Kančí biolovečák

Vítězem 9. ročníku soutěže, a tedy Českou biopotravinou roku 2010 byl vyhlášen Kančí biolovečák z Biofarmy Sasov Josefa Sklenáře. Odborná porota vítěze vybrala mezi dalšími 42 nominovanými biopotravinami. I letos byly vyhlášeny vítězové jednotlivých produktových kategorií. Vítězem kategorie mléko a mléčné výrobky se stal Jogurt bílý 3 % z Mlékárny Valašské Meziříčí, vyráběný pro maloobchodní značku Naše bio. Nejlépe hodnoceným v kategorii mlýnské a pekárenské výrobky byl Chléb pšenično-žitný cereální s Nopalem Bio z biopekárny Country Life. Vítězem kategorie výrobky z ovoce a zeleniny se stala Hrušková bioláda od Hany Němcové z rodinné farmy Koldokol. Kategorii biopotraviny pro gastronomii vyhrála společnost Extrudo Bečice s výrobkem Bio Lívance. V nově otevřené kategorii vína z ekologických hroznů triumfovala Malverína pozdní sběr 2007, suché, z produkce společnosti Vinselekt Michlovský.



Druhý ročník soutěže Schauma školám

Značka Schauma Kids divize Kosmetiky Henkel ČR vyhlašuje druhý ročník kreativní soutěže pro mateřské školy, v níž vítězná školka obdrží 100 tisíc Kč na svůj rozvoj. První cenu vyhraje ten nejzdařilejší a nejoriginálnější výtvarný projekt, který děti komunikovány především na internetu, a to na serveru zena-in.cz, na sociální síti facebook.com a na vlastním microsite schaumaskolkam.cz. Schauma Kids tak navazuje na úspěšný první ročník, kdy se do projektu přihlásilo 400 mateřských škol. „Smyslem projektu je poskytnout mateřským školám možnost vyhrát finanční odměnu pro další rozvoj a aktivně zapojit do soutěžení děti, jejich rodiče, ale i zaměstnance školky,“ říká marketingová manažerka divize Kosmetiky Radka Šimánková.

Wine Food Market a italská pekárna

Na rohu ulic Strakonické a U Královské louky zahájila v březnu provoz pravá italská pekárna Wine Food Market Panificio. Široký sortiment slanečného i sladkého tradičního italského pečiva, které každý den peče sicilský pekař Piero Barone, udělá radost každému milovníkovi italské kuchyně. Pekárna je jedním z nových prodejních míst společnosti Wine Food Market, jež se zaměřuje na prodej kvalitních italských vín a delikates. V sortimentu nechybí široký výběr sladkostí – brioche, crostaty a dorty. Specialitou jsou tradiční sicilské sladkosti cannoli či tartallete. O víkendech je nabídka rozšířena o dortíky, mignony a sicilské tiramisu.



Prátelská Mattoni

Za posledních deset let zredukoval výrobce minerální vody Mattoni dopad výroby na životní prostředí o 20 %. Potvrdila to analýza životního cyklu výrobku (LCA= Life Cycle Assessment), kterou značka zveřejnila u příležitosti Mezinárodního dne vody. Ze srovnání je patrné, že Mattoni patří k „ekologickým minerálkám“ v Evropě. Je to důsledek aplikovaných inovací a úsporných opatření při výrobě. Mattoni je tak první značkou minerální vody v ČR, která má zpracovanou kompletní analýzu životního cyklu svého vlaškového výrobku. „I ve srovnání s předními značkami zahraničních balených vod jsou dopady naší výroby na životní prostředí významně menší,“ uvádí generální ředitel Karlovarských minerálních vod Alessandro Pasquale.

Účinná strategie Kühne + Nagel

Skupina Kühne + Nagel podnikající v globálním měřítku splnila v roce 2010 své cíle a zaznamenala větší rozvoj podnikání a lepší výsledky než v předkrizovém období díky úspěšnému zavedení své strategie růstu. Obrát se zvýšil o 16,4 % (očištěno o kurzové rozdíly: 21,7 %) na hodnotu 20,261 mld. švýcarských franků. Karl Gernandt, výkonný místopředseda představenstva, říká: „Strategické parametry hospodaření jsou nastaveny tak, aby byl dosažen růst, který přesahuje průměrnou úroveň růstu na trhu, a současně aby se zvýšila efektivita a produktivita. Tento přístup se v roce 2010 projevil jako úspěšný. Díky portfoliu našich produktů specificky zaměřených na určitá průmyslová odvětví získaly všechny naše divize podíl na trhu a posílily tak naši konkurenceschopnost v celosvětovém měřítku. Zvýšení efektivity signalizuje silné stránky skupiny Kühne + Nagel a zajišťuje pevnou základnu dalšího rozvoje v nadcházejících letech.“

Personálie

- Novou členkou vedení společnosti dm drogerie markt se stala Markéta Kajabová. Zodpovídá za resort expanze a jeden ze šesti prodejních regionů. Střídá odcházejícího prokuristu společnosti Jana Nussbauera. Ke stejnému datu dochází ke změně v rozdělení regionů firmy. Nově přebírá zodpovědnost za svěřený prodejní region Jana Lhotková, prokuristka společnosti a vedoucí resortu financí a controllingu.
- Za brand Spofaplast bude nově zodpovědná Alena Soukeníková. Náplní její práce ve 3M Česko je řízení produktového portfolia, vývoj nových produktů, plánování strategických uvezení a příslušných kampaní. Má zkušenosti s marketingem značky z vydavatelství Hachette Filipacchi a z firmy L'Oréal ČR.
- Na valné hromadě členů POPAI CE proběhly dne 24. 3. volby zástupců vedení asociace pro další volební období. Jejím prezidentem se stal Libor Jordán ze společnosti Dekor, do funkce viceprezidenta byl zvolen Daniel Jesenský, Dago A.P.C. Jako členové rady budou pracovat Alexander Roth (Eclipse Print), Monika Hrubalová (Velethry Brno), Michal Augusta (CZ – Visual Impact), Pavlína Klementová (POS Media Czech Republic) a Barbora Skalníková z firmy Addurre. Rozhodčí komise POPAI CE bude fungovat ve složení: Radomír Klofáč (Moris Design), Daniel Brýdl z firmy Story Design a Vlastimil Král (REX).
- Tech Data Distribution hlásí změnu ve svém marketingovém týmu. Na pozici MarCom manažerky přichází Klára Štolfová, která má s podobnou pozicí pětileté zkušenosti z firmy Krauthammer Czech Republic. Náplní její práce bude zejména zodpovídat za přípravu a realizaci marketingových aktivit společnosti Tech Data.