

REGAL *line*

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 14/11, 12. 4. 2011

Do ČR přichází logo Aliance deštných pralesů

Podle aktuálního výzkumu společnosti STEM/MARK se přes 70 % obyvatel ČR zajímá o způsob pěstování a výrobu potravin. Při jejich nákupu upřednostňují ty, které jsou označeny symbolem garantující způsob produkce. Do ČR od konce března přichází banány Chiquita s certifikátem Aliance deštných pralesů (Rainforest Alliance), s nímž mají kupující jistotu, že banány byly vypěstovány na farmách ekologicky šetrným a společensky zodpovědným způsobem. ČR je první zemí v rámci střední a východní Evropy, kde společnost Chiquita logo se zelenou žabkou využije. „Jsme velmi rádi, že se nám podařilo splnit přísná kritéria certifikace Aliance deštných pralesů a můžeme jejich symbol – zelenou žabičku používat na našich banánech. Spotřebitelé tak mají jasně garantováno, že banány Chiquita nejenom dobře chutnají, ale jejich produkce je férová k přírodě i zaměstnancům. Kromě toho také doufáme, že svou malou částí přispějeme k diskusi o způsobu produkce potravin v méně rozvinutých zemích, kde bohužel stále dochází k nešetrnému zacházení s přírodou i s lidskými zdroji,“ uvádí Jan Steiner, ředitel, Chiquita ČR. Tuto novinku podle Miroslavy Škrabalové, marketingové manažerky Chiquity pro střední Evropu, nebude provázet žádná masivní kampaň, spotřebitele bude firma oslovovat prostřednictvím internetu a POS materiály v místech prodeje. Banány jsou v ČR velmi populární, ročně se jich u nás prodá více než 11 kg na osobu, čímž se řadíme na přední místa ve spotřebě v rámci Evropy.



Limitovaná edice Nespresso Onirio

Společnost Nespresso toto jaro nabízí další inovativní senzickou chuťovou zkušenost, limitovanou edici kávy Onirio, kterou si milovníci kávy budou moci vychutnat od 18. 4. po dobu několika týdnů. Jedná se o směs nejjemnějších káv typu Arabica z Etiopie a vyznačuje se vyváženou chutí s aroma bílých květů, připomínajících jasmín, a květy pomerančovníků. Tato káva nejlépe chutná v šálku espresso (40 ml) a je ohodnocena intenzitou 5. Je uzavřena v perleťově bílé kapsli, která uchová veškeré její aroma. Limitovaná edice Onirio bude dostupná v Nespresso Boutique a na www.nespresso.com za 104 Kč. Sada dvou espresso šálků a podšálků bude v nabídce od poloviny dubna za 850 Kč.



Kasa.cz ustavuje ombudsmana

Český internetový obchod Kasa.cz dále rozšiřuje svou péči o zákazníky a ustavuje vlastního ombudsmana, neboli ochránce práv zákazníků. Ten bude dohlížet na hladký a rychlý průběh řešení zákaznických požadavků a také bude dále rozvíjet vstřícnost a otevřenost Kasa.cz. „Klíčovým cílem pro nás vždy bylo mít spokojené zákazníky a s maximální vstřícností plnit jejich požadavky. Rozvoj internetového nakupování je založen na celé řadě sofistikovaných nástrojů a informačních systémů pro podporu obchodování a řízení vztahů se zákazníky, což na jednu stranu prospívá efektivitě a nízkým cenám, na druhou stranu ale bohužel vzájemný vztah do určité míry odosobňuje,“ říká Jitka Součková, marketingová ředitelka Kasa.cz.

S Podravkou o plavbu

Velká spotřebitelská soutěž značky Podravka „Dochuťte si jídlo Podravkou a vyhraďte plavbu na jachtě!“ našla své čtyři vítěze. Slavnostně převzali výherní vouchery na hlavní cenu, týdenní plavbu na jachtě po Jadranu pro čtyři osoby. Dvě plachetnice s výherci a jejich rodinami a kamarády na palubě poplují kolem pobřeží Chorvatska na konci června. Hlavní výhry v podobě nevšedního jachtařského zážitku slavnostně předala vítězům ve stylové restauraci Noemovy Archy v Brně, připomínající lodní palubu s mořskými dekoracemi, Petra Borová, ředitelka marketingu Podravka – Lagris.



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

Co-packing služby pro Unilever

Unilever Supply Chain Company AG (USCC), evropská organizace, která poskytuje dodavatelské služby v oblasti spotřebního zboží společnosti Unilever, rozšířila svoji spolupráci se společností Kühne + Nagel v Rumunsku a postoupila své co-packing činnosti tomuto poskytovateli logistických služeb. Ten od roku 2010 spravuje skladové operace pro sortiment výrobků pro péči o tělo a domácnost (HPC) firmy Unilever v jihovýchodní Evropě v novém skladu v Plojești. „Jsme velice hrdí, že díky úspěšné implementaci skladových operací si nás společnost Unilever vybrala i pro poskytování služeb s přidanou hodnotou pro jejich výrobky z oblasti péče o tělo a domácnost,“ říká Damian Raczynski, celostátní manažer pro kontraktní logistiku Kühne + Nagel v Rumunsku. „Projekt zahrnuje nejen činnosti ručního přebalování, ale znamenal i významnou investici do automatizace.“

Dosažení cílů s předstihem

Cíle pro rok 2012 v segmentu bezpečnosti a ochrany zdraví při práci, ochrany přírodních zdrojů a snížení emisí splnila firma Henkel již koncem roku 2010. V přepočtu na jednu tunu objemu výroby poklesla spotřeba elektrické energie o 21 %, spotřeba vody o 26 % a objem odpadu o 24 %. Ve stejném období se počet pracovních úrazů snížil o 29 %. Tyto údaje dokazují, že otázka trvale udržitelného rozvoje je ve společnosti Henkel úzce spjata s hospodářským úspěchem. „Pro společnost Henkel jsou řešením inovativní výrobky a procesy, které spotřebovávají stále méně surovin, a přitom nabízejí stejný, nebo dokonce lepší výkon,“ říká Kasper Rorsted předseda představenstva a předseda rady pro trvale udržitelný rozvoj společnosti Henkel.

UPS opět zabodovala

Společnost UPS si ve výročním průzkumu časopisu Fortune vysloužila hodnocení celosvětově nejobdivovanější společností (World's Most Admired) v oblasti dopravy a logistiky. Z desetibodové škály získala 7,42 bodů, přičemž druhá nejobdivovanější společnost na žebříčku obdržela skóre 6,98. Tímto výsledkem tak UPS patří mezi nejlépe hodnocené (Pokračování na stránce 2)

Pro spojení slevové a platební karty

Češi hojně využívají věrnostní a slevové programy. Podle závěrů výzkumu GE Money Bank, který realizovala agentura STEM/MARK, vlastní průměrný Čech téměř dvě (1,79) slevové karty. Tři čtvrtiny respondentů (77 %), kteří aktivně používají alespoň jednu slevovou kartu, uvedly, že by jim vyhovovalo spojení věrnostních programů a platebních karet GE Money Bank.

„Lidé mají velký zájem o výhodnější ceny, a tak hojně využívají věrnostní programy. Sloučení takových programů a platební karty poskytuje zákazníkovi větší pohodlí a komfort při nakupování. Proto jsme se touto cestou při sestavování produktů pustili i my,“ říká Josef Jehlík, business development manažer, GE Money Bank, která kartu s takovým bonusovým systémem založeným na partnerství různých obchodníků nabízí.

Mistrovství ČR v otevírání ústřic

Dne 16. 4. se na pražském Staroměstském náměstí uskutečnil již 10. jubilejní ročník Mistrovství ČR v otevírání ústřic. Organizátorem soutěže je Pražský kulinářský institut a partnerem společnost Makro Cash & Carry ČR, která je zároveň hlavním dodavatelem ústřic pro soutěž. Makro je také největším prodejcem ústřic u nás. Podle jeho údajů pochází 90 % ústřic na českém trhu z Francie, zbývajících 10 % se dováží z Nizozemska. Více jak polovinu nákupů tvoří české restaurace, především z větších měst, které tuto pochoutku svým hostům nabízejí. „Evidujeme rostoucí zájem a spotřebu ústřic v České republice i na Slovensku. V roce 2010 vzrostly jejich prodeje oproti roku 2009 o sedm procent. Za první tři měsíce tohoto roku jsme zaznamenali meziroční nárůst dokonce o 25 procent,“ doplňuje Drahošlav Vochozka, nákupčí – čerstvé ryby CZ/SK.



Ztráty na nevhodných obalech

Objem trhu s flexibilními obaly v ČR dosahuje podle Filipa Linka ze společnosti Oskar Plast minimálně 10 mld. Kč ročně. Naprostá většina firem však prý nekontroluje své dodavatele a přichází tak o značné finanční prostředky. Podle jeho slov firmy navíc nejsou dostatečně informované a nevyužívají optimální varianty obalů, které vedle úspory nabízejí ekologicky šetrnější řešení. „Kvalitativní i kvantitativní nedostatky obalů na základě našich kontrol představují průměrně 20 procent. To v podstatě znamená, že zákazník dostává o pětinu zboží méně, než si myslí a zaplatí. Jednoduchou kontrolou lze u některých společností dosáhnout úspory v nákladech ve stejném rozsahu,“ vysvětluje. Kroky k úspoře jsou relativně jednoduché. Například nastavení namátkové kontroly zboží a vážení palet při převážení zboží by mělo být naprostým základem. Cestou k výrazné úspoře může být také optimalizace dodávaných obalů.

Teasingová kampaň OC Šestka

Pod mottem „Elvis žije“ spustilo 1. 4. OC Šestka reklamní kampaň. Do 15. 4. půjde o tzv. teasingovou kampaň a na billboardech bude pouze heslo „Elvis žije“, od 15. 4. budou doplněny informace o vůbec první výstavě osobních věcí Elvise Presleyho v ČR. Kampaň bude zahrnovat také rámečky v metru, inzerci v několika denících a týdenících, reklamní spoty ve vybraných rádiích a také informační samolepky ve fitness centrech s vtipným sloganem „I Elvis musel cvičit“. Samotná výstava proběhne od 29. 4. do 8. 5. přímo v prostorách OC Šestka. K vidění bude padesát osobních věcí ze života slavné hvězdy, například šest metrů dlouhý cadillac, slavná kytara, oblečení a mnoho dalšího. Výstavu doprovodí informační tabule, popisující jednotlivé exponáty ze sbírky.



Nová verze katalogu dodavatelů

Drobní živnostníci, řemeslníci či malé firmy se soustavně potýkají s problémem, jak obnovovat či rozšiřovat svůj okruh zákazníků. Problém je v tom, že se téměř výhradně věnují své hlavní činnosti a na aktivní obchod již nemají téměř žádnou kapacitu.

Potvrzuje to i Josef Dvořák ze společnosti JDK-Catering: „Po zaregistrování do systému ePoptávka.cz jsme byli překvapeni, kolik nových klientů jsme získali. Obrat se nám zvýšil o 30 procent a my se rozhodli, že budeme platformu využívat aktivně a snažit se tak získat maximum nových zakázek.“

Server ePoptávka.cz nabízí užitečnou službu. Lze si zde jednoduše zdarma zadat poptávku téměř po čemkoliv. Nedávno také spustil novou verzi katalogu dodavatelů, která je ušitá na míru všem živnostníkům a malým firmám. Více na <http://dodavatele.epoptavka.cz>.

(Pokračování ze stránky 1)

společnosti působící v segmentu dopravy a podobných sektorech, jako je letecký průmysl, železniční, přepravní a logistické společnosti. UPS působí ve více než 220 zemích a teritoriích světa a ve svém oboru obdržela titul Most Admired v 26 ze 30 realizovaných průzkumů časopisu Fortune. Zabodovala především jako lídr na inovace ve svém oboru, za svoji CSR politiku, firemní management, finanční spolehlivost, dlouhodobé investice, kvalitu poskytovaných služeb a globální konkurenceschopnost.

Nejdražší je New York

Podle studie CB Richard Ellis porovnávající nájemné maloobchodních jednotek ve světě, se na prvním místě stále drží New York, kde maloobchodníci ročně zaplatí 14 215 eur za m². Druhé nejdražší město je Sydney s ročním nájmem 9622 eur/m² a následuje Hongkong (8792 eur/m²/rok). Nájemné ve vyspělých zemích dokonce mírně rostlo. V Praze je nejvyšší dosahované nájemné v ulici Na Příkopě, kde maloobchodníci zaplatí ročně 2040 eur/m².

Rhenus si znovu vybrala ProLogis

ProLogis, mezinárodní poskytovatel distribučních nemovitostí, oznámil podepsání nájemní smlouvy na 17 200 m² skladových prostor v ProLogis Parku Błonie se společností Rhenus Contract Logistics, poskytovatelem komplexních logistických služeb po celé Evropě. Tuto transakci zprostředkovala realitní agentura Colliers International. Firma si pronajala skladové prostory v ProLogis Parku Błonie umístěném 25 km západně od Varšavy u silnice E30. V současnosti Rhenus využívá 28 200 m² skladových prostor v ProLogis parcích ve městech Błonie, Dąbrowa Górnicza a Poznań. „Rozvoj našeho podnikání nás povzbudil a pro pronájem skladových prostor jsme si vybrali opět ProLogis – tentokrát ProLogis Park Błonie,“ uvádí Sławomir Kossakowski, člen představenstva, Rhenus Contract Logistics. „Především oceňujeme moderní skladové prostory a také služby té nejvyšší kvality poskytované ProLogisem.“

Zlaté ocenění za design

Svítilno StyliD LED spot společnosti Philips získalo prestižní zlaté ocenění za design mezinárodního fóra designu iF product design a stalo se jedním z celkově 28 oceněných produktů firmy v rámci letošního ročníku iF product design award. „Při návrhu svítidla jsme měli na mysli zejména zájmy obchodníků, ty nakonec nejvíce ovlivnily konstrukci samotného svítidla. Svítidlo může například pomocí vyměnitelných krytů jednoduše změnit barvu. Stejně tak rozměry, světelný tok nebo funkčnost lze snadno přizpůsobit požadavkům majitele prodejny. Uvedené parametry společně s použitím pokrokové LED předurčují svítidla StyliD jako dlouhodobé řešení pro prodejce, kterým pomohou podpořit vizuální stránku své značky,“ uvádí Rogier van der Heide, šéf-designér pro osvětlovací techniku Philips.

Nekrásnější koupelny roku 2010

Další ročník soutěže Koupelna roku 2010 společnosti Siko koupelny má své tři vítěze. Sedmý ročník probíhal za stejných pravidel jako ty předešlé. Účastníci mohli své koupelny přihlásit do některé ze tří kategorií: Koupelna roku 2010, Malá koupelna do 4 m² a Rozmanitě Via Veneto.

Letos se v soutěži sešlo 358 přihlášek a výběr z takového množství nebyl pro odbornou porotu, složenou ze zástupců firmy a redaktorů časopisu Moderní byt, vůbec snadný. Do soutěže se mohl přihlásit každý, kdo realizoval či rekonstruoval koupelnu a v období od 1. 11. 2009 do 31. 10. 2010 nakoupil minimálně obklady a dlažbu v prodejnách Siko koupelny.

Tipy na grilovací sezonu

Grilování je tradičně spíše doména mužů, ale chutné pokrmy na grilu dokážou připravit i ženy. Mužský a ženský pohled na grilování je odlišný, každý servíruje jiné druhy mas a jinak je dochucuje. Proto je v tomto ohledu nezbytné, aby obchodník byl připraven doporučit každému něco. Mužům třeba kvalitní Kostecké špekáčky, Gril set – česnek značky Vodňanské kuře s marinovanými kuřecími horními stehny a křídly či hovězí svíčkovou značky Maso Planá. Pro gril se hodí také grilovací klobásky podávané na grilovací jehle spolu se zeleninou, žampiony a bylinkami. Mix klobásek lze vytvořit z Kostecké klobásky, Bílé klobásky z Kosteckých uzenin a Drůbeží sýrové klobásky značky Vodňanské kuře. Doplňkem může být chléb Gurmán od Penamu. Ženy mohou slyšet na Crostini s grilovanou zeleninou připravenou z Rosického toustového chleba značky Penam nebo Bruschettu se směsí rajčat, šalotky, česneku a čerstvé bazalky. Pro přípravu lze doporučit také chléb Gurmán značky Penam. Mohou pomoci i nové stránky www.nagril.cz, které představují průvodcem světem grilování. Jsou rozděleny do tří základních tematických celků, v nichž návštěvníci především z řad mužů najdou recepty (Recepty a rady), vše o grilech (Grily) a inspiraci pro večery nad ohněm (Grilpárty).



Chemie Star otevřela Centrum firmy Kärcher

Dne 6. 4. bylo v areálu společnosti Chemie Star ve Svobodných Dvorech v Hradci Králové za účasti primátora města Zdeňka Finka slavnostně otevřeno Kärcher Centrum. Firma patří k tuzemským dodavatelům speciálních technologií pro mytí a čištění, od roku 1993 je autorizovaným obchodním a servisním partnerem světového výrobce zařízení značky Kärcher.

V rámci své činnosti zajišťuje odborné poradenství, dodávky a profesionální servis v celé šíři oboru úklidových, mycích a čistících technologií. Informoval o tom jednatel královéhradecké společnosti Jaromír Kovář s tím, že nové reprezentativní Kärcher Centrum se stává přímou součástí prodejní struktury firmy Kärcher a bude znamenat další růst kvality a pružnosti poradenských, servisních a dalších služeb.

Billboardová kampaň sítě 1 FLOOR

Specializovaná maloobchodní síť s podlahovými krytinami 1 FLOOR buduje povědomí o značce u koncových zákazníků a po více než jednom roce působení v ČR a SR se letos představí i na billboardových plochách. Outdoorová kampaň je v rámci ČR naplánována na duben a září 2011, pro SR jsou prozatím aktuální první jarní měsíce letošního roku. Jen v dubnu tak bude síť 1 FLOOR v rámci obou zemí představena na celkem 165 billboardových plochách. „Posílení povědomí o centrech podlah značky 1 FLOOR je stále ještě hlavním cílem připravované kampaně. Rádi bychom docílili stavu, kdy si lidé logo 1 FLOOR automaticky spojí s kvalitními podlahovými krytinami i profesionální úroveň poskytovaných služeb,“ vysvětluje Petr Kratochvíl, jednatel společnosti Kratochvíl parket profi a spoluzakladatel sítě 1 FLOOR.



Předplatitelé časopisu REGAL mají přístup do on-line archivu ZDARMA na adrese <http://predplatitel.ihned.cz>.

Návštěvnost internetu v Izraeli

Gemius ve spolupráci s lokálními partnery, podnikatelem v oblasti médií Erezem Bahatem a společností Market Watch Institute, zahajuje projekt měření návštěvnosti internetu v Izraeli. Partneři projektu podepsali s izraelským Sdružením pro internet smlouvu na provoz měření návštěvnosti internetu v následujících čtyřech letech. Výzkum měření návštěvnosti internetu gemiusAudience, jehož se zúčastní největší on-line média, vydavatelé a reklamní agentury, byl zahájen v březnu. První výsledky měření budou zveřejněny v polovině letošního roku. „Pro správný odhad trhu on-line reklamy, potřebují reklamní agentury, zadavatelé reklamy a vydavatelé možnost monitorovat on-line reklamu, která se zobrazuje lidem, a ne cookies,“ vysvětluje Filip Pieczyński, viceprezident, Gemius.

Polsko se z krize rychle otřepalo

Z údajů společnosti DTZ vyplývá, že letos by se měl polský retail rozrůst o 770 až 790 tisíc m² nových projektů či rozšíření již stávajících center. Do roku 2013 by měly být otevřeny projekty s kapacitou více než 1 milion m² pronajmatelných prostor. Pronajmatelná plocha největších polských obchodních center v letošním roce bude 50 tisíc m² v Rzeszowě v projektu Millenium Hall, respektive 42 tisíc m² v Galerii Słoneczna v Radomi. Polský trh rovněž už v loňském roce vykazoval řadu nových maloobchodních značek a nájemců, pro tuzemské zákazníky často ne zcela známých. Šlo například o Carolina Herrera, Dune, Digel, Muji, Peacock's, Phenome, Red Valentino či Rubbabu. V letošním roce ještě přibudou 3 Pommes, Jula, LC Waikiki, Ovisse nebo Toys R Us.

Personálie

- Martin Šourek, dosavadní manažer právních služeb společnosti Plzeňský Prazdroj a člen představenstva SABMiller Brands Europe, se stal vedoucím právníkem SABMiller Europe, vlastníka Plzeňského Prazdroje.
- Novým kreativním ředitelem společnosti ppm factum se stal Marek Valiček. Jde o zcela novou pozici, která souvisí s rozšířením aktivit ppm factum, poskytující marketingové služby, o nabídku kreativních konceptů.
- Česká asociace franchisingu má od 30. 3. novou správní a dozorčí radu, která bude ve stávajícím složení fungovat tři roky. Také ve vedení kanceláře došlo k zásadní změně. Dlouholetá ředitelka Hana Jurášková se rozhodla ukončit svou činnost v asociaci po více jak 10 letech. Jako poděkování za dlouholetou činnost jí bylo uděleno čestné členství. Do čela ČAF byl opět zvolen Ivo Lamich ze společnosti McDonald's.

Elektronická příloha časopisu Regal. Vychází jednou týdně. Registrován pod ISSN 1801-4976. Kontakt: Regal, Economia, a.s., Dobrovského 25, 170 55 Praha 7; Petr Hříbal, odpovědný redaktor, tel.: 233 071 637, fax: 233 072 021, <http://www.eregal.cz>, petr.hribal@economia.cz; Magda Etzlerová, inzertní manažerka časopisu, tel.: 233 073 170, fax: 233 072 730, 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.