

line REGAL

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 25/12, 17. 7. 2012

SZPI spustila web o nebezpečných potravinách

Státní zemědělská a potravinářská inspekce (SZPI) spustila nový web, na kterém bude zveřejňovat nejakostní, falšované a nebezpečné potraviny. Nástroj má spotřebitelům poskytnout snadnější orientaci na nepřehledném trhu s potravinami.

Aplikace umožní vyhledat požadovanou informaci o nevyhovující potravine podle názvu výrobku, druhu potraviny, prodejce, země původu a distributora. K dispozici je na adrese www.potravinynapranry.cz.

Důvodem pro vznik projektu je podle vyjádření SZPI skutečnost, že v současnosti se v maloobchodní síti ve stále větší míře setkáváme s nevyhovujícími potravinami. Výrobci a prodejci se pod tlakem konkurenčního boje a ve snaze o udržení marží uchylují k nabízení potravin nejakostních, falšovaných a nebezpečných. Nejčastěji inspektoři odhalují potraviny s nepříznavými levnými náhražkami a také klamání při označování výrobků v prodejně.

„Do budoucna chceme aplikaci otevřít i pro další dozorové a inspekční orgány, jakými jsou například Státní veterinární správa nebo hygienická služba. Vedle hlavního účelu – zveřejňování prohrěšků – chceme v dohledné době přidat také vzdělávací část, která by se věnovala zvyšování obecné informovanosti o všem, co se kvality a jakosti týče,“ říká ke spuštění aplikace ministr zemědělství Petr Bendl.

Aplikace „Potraviny na pranýři“ se tak vedle finančních sankcí ukládaných ve správním řízení stane dalším nástrojem, jak dostat pod tlak nepoctivé výrobce a prodejce potravin. Nyní zveřejněná databáze obsahuje přes 350 položek a bude průběžně doplňována z výsledků kontrol dozorových orgánů.



IBM vyvinula aplikaci pro skenování zboží v prodejně

Společnost IBM vyvinula novou mobilní nákupní aplikaci pracující s rozšířenou realitou (tzv. augmented reality). Zákazníkům přímo v prodejně umožní skenovat zboží a získávat tak individualizované informace, doporučení nebo slevové kupony. Po vstupu do obchodu si bude moci každý aplikaci stáhnout na svůj chytrý telefon či tablet, zaregistrovat se a vytvořit si profil, v němž zadá informace, které chce zohlednit – od obsahu alergenních látek až po to, zda je obal výrobku biologicky rozložitelný. Když namíří kameru na svém mobilním zařízení na dané zboží, aplikace produkt okamžitě rozpozná a pomocí technologie rozšířené reality doplní snímek o digitální informace, jako například složení, cenu, hodnocení nebo aktuální slevy. Zákazníci budou mít navíc možnost propojit aplikaci se sociálními sítěmi. Dozví se tak například, zda někdo z jejich přátel snímání výrobek ohodnotil či okomentoval.

Při používání prototypu aplikace od IBM spotřebitel může například zadat, že hledá snídaně cereálie s nízkým obsahem cukru, vysokým hodnocením zákazníků a navíc za akční cenu. Při přejetí polic s cereáliemi kamerou aplikace zvýrazní výrobky, které odpovídají zadaným parametrům, a kupujícímu nabídne jednodenní slevový kupon, aby ho motivovala k okamžité koupi.

Maloobchodní prodejci si pomocí této aplikace budou moci vybudovat prodejní systém, v němž se spojí se zákazníky individuálně. Aplikace může prodejce rovněž pomoci lépe pochopit, co se spotřebiteli líbí a nelíbí, a nakupujícím nabídnout související zboží v jiných uličkách s regály, například mléko a banány ke zmíněným cereáliím. Zákazníci by také mohli snadněji využívat věrnostní programy a digitální kupony a osvobodit se od neustálého hledání slev a akčních cen.



Regal 6-7/2012



vyšel 19. 6.

V čísle mj. najdete:

- Začala soutěž Prodejna roku!
- Jak nové nařízení EU reguluje prodej funkčních potravin
- Rozhovor s Alešem

Aldo Kolářem nejen o oplatkách Manner

- Vše o italské klasice Prosciutto di Parma

Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

IKEA vstupuje do Indie

IKEA expanduje do Indie, s tamější vládou se po dlouhých jednáních konečně dohodla na podmínkách investování. Na zavedení svých prvních 25 prodejen v zemi společnost vynaloží 1,5 mld. eur. Oslovit se chystá především střední třídou, která se stále rychleji rozrůstá zejména ve větších městech. Informace potěší ostatní retailery, kteří mají zájem vstoupit na indický trh. Vláda totiž dlouho dělala pro vstup zahraničních investorů na trh obstrukce.

Icelandu stoupá zisk

Britský řetězec mražených potravin Iceland Foods, který nedávno vstoupil na český trh, si meziročně polepšil o 9,4 %. V posledním roce (počítáno do konce března) zvýšil obrat na 2,61 mld. liber. Čistý zisk mu stoupl o 18,5 % na 184,3 mil. liber a EBITDA o 22,5 % na 230,2 mil. liber.

Řetězec v uvedené době otevřel 18 nových prodejen, čímž vytvořil okolo 1000 nových pracovních míst. Celkem má nyní 814 poboček. Podle ředitele společnosti Malcoma Walkera se strategické priority společnosti nemění: „Nebudeme se zaměřovat na krátkodobé zisky, ale zákazníkům chceme dlouhodobě poskytovat výhodné nabídky při udržení vysoké kvality našich produktů. Neustále budeme inovovat a přinášet skvělý servis a příjemnou a motivovanou obsluhu.“

Walker dále podotkl, že společnost bude pokračovat v expanzi jak ve Velké Británii, tak na zahraničních trzích a že bude dále hledat nové investory.

Diskonty rostou díky střední třídě

Podle výsledků ankety IGD ShoperVista, které zveřejnil deník The Telegraph, bude letos jeden ze tří Britů nakupovat v některém z diskontů (Aldi nebo Lidl). To je nejvíce od začátku této ankety v roce 2010. Zájem nakupovat v diskontech se zvyšuje především u lidí s vyššími příjmy, kteří v důsledku obav ze zhoršující se ekonomické situace hledají úspo-

(Pokračování na stránce 2)

V Mladé Boleslavi otevřelo Tesco Extra

Ve čtvrtek 12. července otevřela v Mladé Boleslavi nová prodejna Tesco Extra. Je to první prodejna tohoto formátu ve Středočeském kraji a zároveň první postavená prodejna tohoto formátu – ostatní prodejny Tesco Extra vznikly přebudováním těch stávajících v Praze, Brně, Plzni a Ostravě. Nový formát charakterizuje rozšířená nabídka služeb (např. telekomunikační služby nebo lékárna či optika přímo na prodejní ploše). V budoucnu plánuje Tesco proměnit v Extra i další prodejny v ostatních regionech a pokrýt tak celou ČR. „Výjimečný koncept obchodu v obchodě si již za dobu svého fungování získal přízeň zákazníků, a proto jsme rádi, že můžeme tento pohodlný způsob nakupování nabídnout také lidem z Mladé Boleslavi a okolí,“ říká Tomáš Jordán, ředitel Tesco Extra, a dodává, „o zákazníky se v nepřetržitém provozu bude starat přibližně 160 zaměstnanců.“ Otevření prodejny doprovodil několikadenní zábavní program.



Billa má novou značku Česká farma

Billa má od začátku července novou privátní značku ovoce a zeleniny Česká farma. Jedná se pouze o sezonní zeleninu (okurky, rajčata, cibule, česnek atd.) z české produkce společnosti Hortim, která bude v prodeji do konce září. V některých filiálkách je tento sortiment vystaven na dřevěných trakařích. Biovýrobků má Billa v kategorii ovoce a zeleniny však stále málo, asi 1 %. „České dodavatele stále hledáme, ale bohužel je jich u nás nedostatek. Díky spolupráci s Agrární komorou ČR se nám na konci loňska podařilo získat českého dodavatele bio brambor (Euro Agras z Havlíčkova Brodu),“ vysvětluje generální ředitel společnosti Billa v ČR a na Slovensku Jaroslav Szczypta. Celkový podíl všech českých produktů v prodejnách Billa činí podle údajů řetězce 65 %.



Branaldi získává certifikace

Společnost Branaldi, výrobce POP/POS displejů, obalů a řešení pro logistiku v obchodu, završila na konci června certifikační audit, nezbytný krok k získání certifikátů ISO 9001, ISO 14001 a ISO 22000. „Získání těchto certifikátů završuje naše úsilí rozšířit portfolio služeb pro klienty v poslední době. Uvědomujeme si, že v současné ekonomické situaci je třeba zákazníkům nabídnout způsoby efektivnější prezentace,“ říká Radim Chmela, managing director Branaldi.

Certifikace ISO 9001 potvrzuje systém managementu kvality v provozech firmy, který přináší zákazníkům jistotu kvality produkce. ISO 14001 pak zaručuje dodržování environmentálních standardů. „Tato certifikace potvrzuje naši firemní strategii přinášet zákazníkům efektivní řešení, jejichž základním pilířem je papír a karton. Celý výrobní proces včetně zpracování odpadů je pak ve shodě s environmentálním přístupem našich společensky zodpovědných klientů,“ vysvětluje Radim Chmela. Splnění požadavků potravinářských provozů dokládá ISO 22000, díky čemuž mohou zadavatelé využít produkty Branaldi bez obav i v těchto podmínkách.

Společnost Branaldi od roku 2008 investovala zhruba 12 mil. eur do rozšíření provozu o nové technologie pro zpracování papíru, včetně vlastní výrobní linky, v ČR jedinečného zařízení na produkci vlnité lepenky podle potřeb konkrétního projektu. Nyní má firma asi 320 zaměstnanců.

Lidl staví dětská hřiště

Společnost Lidl postaví během léta na vlastní náklady deset dětských hřišť v českých a moravských městech. Do projektu s názvem „Rákosníčková hřiště“ řetězec zapojil autory této pohádkové postavičky Zdeňka Smetanu a Jaromíra Kincla. Reklama na obrádkových hřištích bude cílit především na matky s dětmi: podle průzkumu, který si společnost Lidl nechala v souvislosti s projektem zpracovat, si na dětských hřištích hrají alespoň jednou týdně více než dvě třetiny dětí, přičemž pětina dětí chodí na hřiště každý den. „Chceme dlouhodobě pomáhat ve městech, kde působíme. Po pečlivém zvážení jsme se rozhodli pro realizaci projektu, který podpoří aktivní trávení volného času malých školáků a předškoláků s jejich rodiči. V pilotní fázi projektu letos postavíme celkem deset Rákosníčkových hřišť v hodnotě 15 milionů korun,“ říká o projektu Michal Farník, jednatel společnosti Lidl. První hřiště otevře v polovině července v Brně, další do začátku školního roku přibudou ve Znojmě, Písku nebo Berouně. Všechny budou v blízkosti prodejen řetězce. Projekt bude pokračovat i v příštím roce, kdy podle slov Michala Farníka Lidl postaví minimálně stejný počet hřišť.



(Pokračování ze stránky 1)

ry, kde se dá. Diskonty tohoto trendu využívají k dalšímu zviditelnění na trhu. Ředitel britského Aldi Tony Baines okomentoval situaci takto: „Tržby nám rostou stále více a každým dnem vítáme nové a nové zákazníky.“

Abercrombie & Fitch zavírá

Americký oděvní řetězec Abercrombie & Fitch plánuje v příštích několika letech uzavřít okolo 180 svých prodejen. Za účelem snížit náklady retailer již uzavřel 135 obchodů ve Spojených státech amerických.

Migrolino na švýcarské benzinky

Migros ve Švýcarsku u čerpacích stanic otevře 55 prodejen formátu convenience s názvem Migrolino. Řetězec uzavřel smlouvu se společností Socar Energy Switzerland, která bude provozovat více než 170 bývalých čerpacích stanic Esso. Prodejny bude provozovat jako franšizy. První benzinky Socar-petrol s prodejnou Migrolino otevřou podle německého serveru Gabot.de ve Švýcarsku letos na podzim. Ernst Dieter Berninghaus ze společnosti Migros je přesvědčen, že bývalé čerpací stanice Esso, které Socar přebírá, jsou umístěny ve výhodných lokalitách. „Spolupráce Socar a Migrolino bude výhodou především pro zákazníky – dostane se jim zde moderních služeb. Pro Migros bude znamenat začátek další expanze formátu Migrolino.“

Migrolino patří švýcarské pobočce Migros je v zemi jedničkou mezi convenience prodejnami. Obchody má kromě benzinek také na železničních stanicích, celkem na 175 místech po Švýcarsku.

Coca-Cola vybízí k pohybu

Společnost Coca-Cola v létě rozjždí kampaň v souvislosti s nadcházejícími olympijskými hrami. Kampaň „Move to the Beat“ má vybízet mládež k pohybu do rytmu Coca-Cola olympijské hymny s názvem Anywhere in the World, kterou složil Mark Ronson a nazpívala Katy B. Kampaň podporují mladí sportovci z celého světa. „Pokud mají mladí něco skutečně rádi, pak je to hudba,“ říká Daniela Paličková, PR manažerka společnosti Coca-Cola v České republice. „Kampaň Coca-Coly přináší aktivní propojení hudby, sportu a léta. Olympijské hry, které podporujeme již 84 let, chceme poprvé opravdu přiblížit hlavně mladým. Kampaň je postavená na neobvyklém příběhu vzniku Coca-Cola olympijské hymny, který zaujme nejen mladé lidi,“ dodává.

Britské matky už kupují na Vánoce

Devět z deseti britských matek již nyní řeší vánoční nákupy. Důvodem je rozložení výdajů na dárky, aby před Vánoci nebyla útrata tak bolestivá. Informace vychází z průzkumu „Mumdex“ pro britský řetězec Asda. Polovina dotázaných se již nyní obává vysokých výdajů za vánoční nákupy. Čtvrtina jich letos hodlá na Vánocích oproti loňsku šetřit.

Billa a Penny zavádějí bezkontaktní platby

Supermarkety Billa a diskoční prodejny Penny, náležející do skupiny Rewe Group, zavedly ve spolupráci s Českou spořitelnou ve všech svých prodejnách bezkontaktní platby kartou. Zákazníkům tak umožní rychle a nekomplikovaně zaplatit za veškeré nákupy, u nákupů do 500 Kč bez zadání PIN. Předností těchto karet je především zkrácení čekací doby, zjednodušení nákupu a zvýšení pohodlí zákazníka. Jde o výrazný posun v dostupnosti bezkontaktních plateb kartou v Česku, neboť Billa a Penny zaujímají s více než 540 filiálkami vedoucí postavení na českém trhu. Prodejny skupiny Rewe v Česku ročně navštíví přes 240 milionů zákazníků. Česká spořitelna je největším vydavatelem platebních karet s bezkontaktní funkcí v ČR.



Spar na webu a na festivalu

Obchodní řetězec Spar plánuje v Česku zprovoznit internetový obchod. V e-shopu Spar nabídne veškerý svůj sortiment, těžiště mají tvořit čerstvé potraviny. „Zprovoznění vlastního e-shopu plánujeme v horizontu několika měsíců. Původně jsme počítali ještě s letošním rokem, ale možná to bude spíš na začátku příštího roku. V nabídce internetového obchodu bude nejen celý sortiment, který zákazníci najdou v našich prodejnách, ale chceme nabídnout i něco navíc, abychom například oslovili i potřeby speciálních zákazníků,“ uvedl generální ředitel Spar ČOS Martin Ditmar. V připravovaném e-shopu by podle něj mohlo být k dostání například více značek vín či různých specialit. Spar ČOS chce internetový obchod zprovoznit postupně v regionech, kde má své prodejny, první bude Praha. První e-shop s potravinami zprovoznil v Česku na začátku letošního roku řetězec Tesco.

Spar navíc na začátku července pod hlavičkou svého nového formátu Spar City otevřel malou prodejnu na uplynulém hudebním festivalu Rock for People v Hradci Králové. Již loni zkoušeli tento tah na festivalu Benátská noc. Na 50 m² nabídl jako alternativu stánkům s občerstvením čerstvé potraviny pod privátní značkou Spar a také drogerii a hygienické potřeby.

„Prodejna Spar City na festivalu je pro nás novou zkušeností a způsobem, jak být zákazníkům ještě blíže,“ uvádí Martin Ditmar, generální ředitel společnosti Spar ČOS. „Věříme, že návštěvníci festivalu Rock for People ocení možnost nakoupit rychle „v rytmu festivalu“ běžný sortiment privátních značek Spar, aniž by museli festival opustit,“ dodává. Sortiment je přizpůsoben tak, aby vyhověl požadavkům lidí s různým životním stylem, tedy i vegetariánům, veganům či těm, kteří kvůli celiakii museli ze svého jídelníčku vyloučit potraviny obsahující lepek.

Česká chuťovka 2012 přijímá přihlášky

Začal 4. ročník soutěže o značku Dobrý tuzemský potravinářský výrobek „Česká chuťovka 2012“. Přihlášky si mohou podávat čeští výrobci potravin, kteří zároveň přímo v ČR vyrábějí. Komise nezávislých odborníků pod garancí Výzkumného ústavu potravinářského v Praze bude hodnotit chuťové parametry, ale také design výrobku a spotřebitelskou využitelnost. Ceny vítězům soutěže „Dobrý tuzemský potravinářský výrobek Česká chuťovka 2012“ budou slavnostně předány 18. října v Národním zemědělském muzeu v Praze, které je letos již opakovaně partnerem celého projektu. Letos byla po loňské premiéře opět vyhlášena i specializovaná kategorie Dětská chuťovka, jejíž nové logo bude atraktivní právě pro děti. Výrobky přihlášené do této kategorie by měly být určeny dětem ve věku od 6 do 16 let. Hodnotit je bude dětská porota složená z členů Dětské tiskové agentury a studentů Střední průmyslové školy potravinářských technologií v Podskalské.



Coca-Cola s O2 rozdávají kredit

V Česku se společnost Coca-Cola spojila s telefonním operátorem O2 a pod víčky svého nápoje s etiketou soutěže nabízí kódy, pomocí nichž si mohou zákazníci O2 dobít 25 Kč kreditu. Kampaň běží od července do září na půllitrových lahvích. Každý účastník akce může získat kredit ve výši až 5000 Kč. Celkem bude v kampani rozdáno 20 mil. Kč. Letní kampaň je doprovázena marketingovou kampaní v podobě patnáctivteřinového reklamního spotu z dílny slovenské reklamní agentury Mayer/McCann Erickson. Televizní reklama je také podpořena rozhlasovým spotem, on-line a kino kampaní a direct mailingem.

Crocsy v Indii stále populárnější

Výrobce gumové obuvi Crocs rozšiřuje své působení na indickém trhu. Značka je nyní k dostání ve 100 zemích světa. V 1. čtvrtletí jí meziročně vzrostly tržby o 40,5 %. V Indii je výrobce od roku 2007 prostřednictvím franšiz a licencovaného prodeje ve 13 městech, kde má 126 prodejen. Nyní v zemi uvádí novou řadu Styles, kterou doprovází kampaň apelující na možnost každodenního pohodlného nošení této obuvi pro každou příležitost. V Indii je podle výrobců obuvi velký potenciál, zejména díky rostoucí střední třídě. Zatímco dříve si lidé kupovali obuv průměrně jednou do roka, nyní je to jednou za 2–3 měsíce. Situaci jim ale znesnadňují indické daňové zákony a náročná přeprava zboží. Šéf společnosti Crocs pro západní Asii, Indii a Afriku Florent Andre Bailly pro příští 5 let plánuje každoročně zvýšit růst společnosti v Indii o 20 %.

Alnatura s dvojciferným růstem

Německý prodejce biovýrobků Alnatura očekává dvojciferné meziroční navýšení obrátu (pro období 2011/2012 do 30. září). V prvních šesti měsících tohoto účetního roku vzrostly tržby řetězce o 13 % na 263 mil. eur. Loni utržila Alnatura 464 mil. eur, což je o 16 % více než v roce předchozím. Od začátku června zavedla Alnatura věrnostní službu Payback. Letos v Německu hodlá otevřít nejméně deset samostatných prodejen – do konce roku jich chce mít 78. Otevírat se mají v Bonnu, Darmstadtu, Heidelbergu, Stuttgartu, Tübingenu a Frankfurtu. S největším švýcarským řetězcem Migros plánuje otevřít nový koncept bioprodejen Alnatura – Migros. Pilotní prodejna by měla otevřít v srpnu v Curychu.

Společenská odpovědnost Lidlu

Do září se v řeckých pobočkách řetězce Lidl mohou děti účastnit vzdělávacího a zábavního programu „Pohyb a strava“. Lidl Hellas tuto akci zavedl jako součást svého plánu společenské odpovědnosti.

Časopis Regal je na Facebooku a Twitteru!

Můžete s námi denně mluvit, sdílet příspěvky a prohlížet fotky přes [Facebook Regal](#).

Můžete s námi být v kontaktu přes náš [účet na Twitteru](#).

Těšíme se na vaši přízeň a zajímavé postřehy.