

line REGAL

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 15/06, 18. 4. 2006

Europokladny: Je nejvyšší čas

V otázce registračních pokladen již není v České republice na co čekat. Shodli se na tom zástupci projektu Europokladny, státní správy i zástupci výrobců fiskálních zařízení a implementátorů registračních pokladen ze srovnatelných států EU (Slovenska a Polska) na setkání, které zorganizovala společnost AT Computers. Vyloučili přitom zejména spekulace, že bude s příchodem nové vlády zákon o registračních pokladnách zrušen, a upozornili na blížící se termín, dokdy mají obchodníci fiskalizovat svá pokladní zařízení.

Projekt registračních pokladen je podle odborníků v plném provozu – stát investoval do tiskopisů pro úřady a školení úředníků, servisní střediska zaplatila poplatky za autorizaci, výrobci do certifikací produktů a zákazníci již zařízení začali kupovat.

Představitelé projektu Europokladny, který sdružuje české prodejce a distributory registračních pokladen, pak zvláště upozorňují na fakt, že v současné době panuje absolutní neinformovanost povinných subjektů. Mnoho obchodníků tak riskuje, že přijde o motivaci od státu ve výši až 8000 Kč (ve formě přímého odečtu z vyměřené daně, což představuje polovinu ceny kvalitního prodejního a analytického nástroje) za fiskalizaci registrační pokladny do 30. 6. tohoto roku. V případě, že obchodníci nestihnou fiskalizovat registrační pokladny do konce roku 2006, hrozí jim zase správní pokuty.

Jak uvedl Petr Vaněk, obchodní ředitel společnosti AT Computers, distributora registračních pokladen v ČR, autorizovaná servisní střediska nebudou mít kapacitu, aby pokryla instalace v celé ČR v takové míře, jako se očekává v situaci, kdy budou obchodníci nákup registračních pokladen odkládat. Celý proces zavedení pokladny do provozu (od výběru pokladny přes nákup, uzavření servisního kontraktu, získání DKP až po instalaci a fiskalizaci) trvá minimálně dva měsíce a je nutno počítat i s určitou minimální prodlevou.

Accor Services rozšiřuje nabídku

Compliments, poukázky vydávané společností Accor Services, rozšiřují svou nabídku o čtyři novinky – Academica (vzdělávací kurzy, autoškoly), Medica (péče o tělesné i duševní zdraví), Kids (pomoc s péčí o dítě) a Multi (poukázka pro maximální možnost výběru). Díky tomuto kroku budou nyní poukázky Compliments představovat nejširší nabídku dárkových poukázek na našem trhu a pokrývat ještě více možností využití. Compliments doplňují tyto poukázky: Sport & Kultura, Holiday a klasický Dárkový tiket.

Indesit sál slaví, Jack the Cuckoo přichází

Dne 18. 4. oslavují první výročí vzájemné spolupráce Palace Media a italská společnost Indesit Company, resp. její značka Indesit. Tato značka se právě před rokem stala sponzorem sálu číslo jedna v Palace Cinemas na Smíchově. Indesit hraje důležitou roli ve volném čase a také díky této aktivitě naplňuje své motto My pracujeme, vy žijte. Zástupci značky také oznámili, že Jack the Cuckoo se stal maskotem řady Indesit On Time, zahrnující nejnovější modely praček nebo myček.

„Jacka the Cuckoo můžete vidět na několika minifilmích, u kterých se určitě pobavíte. Nechybí zde neobvyklé zábavné situace, ve kterých se Jack ocitne. Vídeá se zaměřují na příběhy se spotřebiči On Time. Pračky i myčky Indesit On Time dávají svým uživatelům možnost vybrat si ten nejvhodnější a účinný program z hlediska optimálních výsledků a času, který mají k dispozici,“ říká Lucie Vítová, brand manažerka značky Indesit.



VE 4. ČÍSLE MĚSÍČNÍKU REGAL MIMO JINÉ NAJDETE:

- Efektivní Retail Ready Packaging
- Panerie se mění. Bude francouzštější
- Pomocník v podobě užitkového vozidla
- Jak výhodně investovat do venkovní reklamy

4. číslo vychází 18. 4.
Objednávky předplatného na
www.eregal.cz nebo na
předplatne@economia.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Coca-Cola jde po zelené

Společnost Coca-Cola Enterprises se snaží zvýšit letní prodeje syčených nápojů představením limitované edice Coca-Coly s limetkou. Firma podpoří tuto variantu půlroční marketingovou kampaní v hodnotě 1,2 mil. liber. Bude zahrnovat i televizní kampaň. Tento sladký drink, který je plněn do zelených 500ml a 2l PET lahví, je následovníkem loňské novinky, dietní Coly s limetkou. Ta zajistila nárůst prodeje o 40 %. Anita Huntley, manažerka syčených nápojů, předpovídá, že Coca-Cola s limetkou přinese do kategorie „významný přírůstek objemu“.

Henkel plánuje nákup

Společnost Henkel CEE podepsala dohodu s firmou ICI o zakoupení jejího podnikání v oboru lepidel na obklady a dlažby a stěrkových malt, které provozuje pod značkou Cimsec. Šesedát zaměstnanců včetně těch, kteří pracují v továrně u Ebensee v Horním Rakousku, převezme společnost Henkel. Obrat získaného oboru podnikání se pohybuje okolo 20 mil. eur. Akvizice se týká podnikání v šesti zemích, včetně České republiky. „Propojením se současnými značkami Ceresit, Thomsit, Makroflex a Pattex se značně prohloubí i komplexní nabídka pro řemeslníky a profesionály,“ dodává Jiří Doležal, ředitel divize Lepidel Henkel ČR.

Spolupráce Electrolux a WWF

Od 5. do 9. dubna se v Miláně konal mezinárodní veletrh Eurocucina zaměřený na kuchyně a jejich vybavení, kterého se účastnila také společnost Electrolux. Ve spolupráci s italskou pobočkou Světového fondu na ochranu přírody (WWF) pořádala speciální akci pro děti. Jejich úkolem bylo namalovat domácí spotřebiče budoucnosti, který bude šetrný k životnímu prostředí na téma Domácí spotřebiče jsou přátelé přírody. Nejlepší obrázky budou publikovány v ekologickém průvodci Ecoguida. Od roku 2004 se REX-Electrolux podílí na ekologickém osvětovém programu, kterého se účastní přes 6000 základních škol a více než 120 tisíc rodin.

První na Vysočině, čtvrtý v ČR

Rodinný pivovar Bernard se stal v prestižní soutěži Czech Top 100 pro rok 2006 čtvrtou nejodbornější firmou České republiky v kategorii Potravinářský a tabákový průmysl. Současně s tím již popáté za sebou obhájil 1. místo v kraji Vysočina. „Na českém trhu jsme se dokázali prosadit především kvalitou a odlišností od dnešní takřka shodné chuti tzv. europiv,“ hodnotí výsledek soutěže marketingový a obchodní ředitel pan Vladislav Němec a dodává, „Bernard je dnes vnímán jako tradiční český ležák, který má svůj charakter. Setkáte se s ním po celé České republice, stále více se prosazujeme i v zahraničí.“

Euro RSCG bude pracovat pro Avion Shopping Park

Agentura Euro RSCG Prague a její divize 4D zvítězily ve výběrovém řízení na komunikační agenturu sítě nákupních center Avion Shopping Park. Agentura bude zabezpečovat veškerý integrovaný komunikační mix sítě od jara 2006 až do konce ledna roku následujícího. Vítězné spojení sloganu



„Tisíc důvodů se vracet“ a jednoduchého červenožlutého vizuálního kódu se nyní stalo nejen hlavní zbraní právě zahájené kampaně (billboardy, bigboardy, MHD, rozhlas, Boomerang cards, velkoplošné tisky na budovách a další outdoorová alternativní média), zároveň však bude leitmotivem klientovy komunikace pro celý rok 2006. „Doufáme, že se nám v průběhu roku podaří společně spotřebitele – především ženy ve věku 25 až 45 let – přesvědčit, že do Avion Shopping Parku by si měli nejen zajít na nákupy, ale že by se sem měli také často vracet,“ říká k nově navázané spolupráci Jana Pechová, senior project manažerka agentury Euro RSCG 4D.

Pramen CZ koupil 11 obchodů Edeky

Zbývajících 11 supermarketů německého řetězce Edeka, který opouští český trh, koupí česká firma Pramen CZ. Edeka měla celkem 38 obchodů a větší část z nich převzal řetězec Tesco Stores ČR. Pramen CZ kupuje zbývajících prodejen hlavně v jižních a středních Čechách, Tesco si naopak vybralo severní Čechy, kde chce posílit svou síť menších prodejen. Pramen CZ má dnes 43 prodejen převážně na Vysočině, ale i v jižních, severních a západních Čechách. Naopak na severní Moravě vůbec nepůsobí. Ve svých prodejnách ročně utrží přes 1 mld. Kč. S 11 supermarketů Edeka výrazně posílí, protože jejich tržby představovaly ročně kolem čtvrt miliardy korun.

Energizone II – další testování POP

Společnost Energizer se rozhodla zapojit se do dalšího testování efektivity POP v místě prodeje v rámci projektu Energizone. Testován bude koncept „virtuálního“ prodáváče baterií a dalších komplementárních produktů, který je v současné době umístěn na plochách vybraných maloobchodních řetězců a „hobby“ obchodů. Z hlediska impulsního nákupu patří baterie spíše do kategorie s tzv. „low involvement“. Jejich nákup nenabízí spotřebiteli významný emocionální zážitek. Baterie se nakupují v momentě, kdy jsou ty dosud používané nefunkční. Lze je nakoupit kdekoli, navíc jde o segment velmi komplikovaný, kterému spotřebitel většinou málo rozumí a často potřebuje s nákupem poradit. Energizone by měla tyto bariéry nákupu baterií co možná nejvíce modernizovat a zvýšit tak v konečném důsledku prodejní úspěšnost kategorie baterií především na moderním trhu, kde je tento segment historicky slabší v porovnání se specializovanými elektroobchody. Společnost Energizer je další z firem, které se účastní projektu měření efektivity POP zahájeného již v loňském roce. Projekt je realizován v rámci společné spolupráce asociace POPAI Central Europe a agentury pro marketingový výzkum trhu Tambor. Projekt s pracovním názvem Energizone II (projekt Energizone I byl realizován na začátku loňského roku) se zaměří na vyhodnocení efektivity Energizone z pohledu měkkých dat (analýza spotřebitelských reakcí v kombinaci s pozorováním) a tvrdých dat (prodejní výsledky v čase umístění Energizone v testovaném obchodě v porovnání s prodeji po jejím odstranění).



Westpoint D2 Distribution Park

Dne 6. 4. 2006 byla poklepáním základního kamene a na večerní neformální VIP party v restauraci UFO slavnostně zahájena stavba logistického areálu Westpoint D2 Distribution Park, jenž se nachází přibližně 12 km od hranic hlavního města Bratislavy v těsné blízkosti dálnice D2 u města Lozorno. Na pozemku o rozloze 22 ha vznikne celkem 84 tisíc m² skladových a kancelářských ploch. První ze čtyř distribučních center o ploše asi 24 tisíc m² bude dokončeno v létě tohoto roku. Investory projektu jsou společnosti Merrill Lynch a Pinnacle, který je zároveň developerem. Generálním dodavatelem je společnost ZIPP Bratislava, člen skupiny Strabag.

Pjateľočka a Perekrjostok spolu

Dvě významné ruské sítě potravinářských obchodů Pjateľočka a Perekrjostok se spojí do největšího řetězce v zemi. Společné tržby by měly dosahovat 2,4 mld. dolarů. Kontrolu nad novou společností získá investiční skupina Alfa Group, kterou ovládá druhý nejbohatší Rus – Michail Fridman. Pjateľočka má 751 diskontních prodejen, Perekrjostok provozuje zhruba 130 super- a hypermarketů.

Dva zájemci o prodejny Carrefouru v Koreji

Zástupce francouzského Carrefouru uvedl, že korejská divize britského retailera Tesco a přední korejský maloobchod Lotte Shopping Co. se staly přednostními zájemci o koupi korejských prodejen Carrefouru. Koupi aktiv za téměř 2 mld. dolarů získá vítěz silnější pozici při jednání o cenách s dodavateli.

M&S zaznamenala nárůst prodeje

Společnost Marks & Spencer zaznamenala ve Velké Británii v období 13 týdnů do 1. dubna 2006 celkový nárůst prodeje o 9,1 %, z toho u nepotravinářského zboží o 9,9 %, u potravin o 8,4 %. Oděvy tvořily + 8,5 % a domácí potřeby + 24 %. Za posledních 52 týdnů stouply tržby firmy u nepotravinářského zboží o 3,4 %, u potravin o 7 %.

Auchan testuje nový formát

Francouzský řetězec supermarketů Auchan testuje nový formát diskontů. Pod názvem Simply Market by se měla spojit cenově výhodná nabídka diskontu s vysokými nároky na prostředí typické pro supermarkety. K lepší orientaci zákazníků v obchodě bude sloužit orientační systém využívající barevné označení a celkový formát bude rozdělen do oblastí značkových produktů, obchodních značek a výrobků na konci cenové stupnice. Namísto obměňujících se slevových akcí se Simply Market bude spoléhat spíše na princip denních nízkých cen. Jednou měsíčně budou navíc na programu slevové akce na produkty non-food.

Prodejen Albert přibývá

Ahold Czech Republic, provozovatel supermarketů Albert a hypermarketů Hypernova, otevřel 12. 4. ve Vinohradském pavilonu novou prodejnu Albert. Pražanům nabízí 550 m² prodejní plochy a pracovní místa pro 30 lidí. „Je to 59. provozovna na území Prahy“, prozrazuje oblastní manažer společnosti Ahold Václav Vágner. Nová prodejna podle vedení společnosti zákazníkům nabídne nejen tradiční sortiment, ale také luxusní zahraniční zboží. „Naši klienti budou mít široký výběr z kvalitních vín, netradičních sýrů a uzenin, ale i spousty dalších delikates, jako jsou třeba křepelčí vajíčka,“ potvrzuje manažer prodejny Petr Schmidt.

Prestižní billboardy pro značku Makroflex

Reklamní prostory na významných silničních tazích i ve městech si zajistila značka Makroflex od firmy Henkel ČR. Součástí jarní kampaně, zaměřené na zvýšení povědomí o těsnících a izolačních materiálech Makroflex, je přes 350 billboardových a megaboardových ploch. „Letošní billboardová kampaň je jedna z nerozsáhlejších, které jsme pro lepidla realizovali. Za ideální komunikační nástroj považujeme billboardy právě proto, že cílovou skupinou jsou profesionálové, kterým nemusíme vysvětlovat, jak zacházet s PU pěnou a silikonem, a navíc nám jde především o komunikaci brandu,“ doplňuje Irena Pavlíčková, brand manažerka značky Makroflex.



Spolupráce ve prospěch spotřebitelů

Konference From Farm to Fork 2006 – Spolupráce organizací působících v potravinovém řetězci ve prospěch spotřebitelů proběhla dne 12. 4. v budově Ministerstva zemědělství ČR.

Organizátorem byla Česká společnost pro jakost, spolupracovaly také retailové společnosti Ahold, Makro a Tesco. K diskusi na konferenci byli přizváni kromě zástupců Ministerstva zemědělství i zástupci spotřebitelů a podnikatelských uskupení (Potravinařské a Agrární komory). Letošní konference volně navázala na loňskou konferenci From Farm to Fork 2005 – Standardy řetězce pro bezpečnost potravin jako šance pro české dodavatele.

GO! Express & Logistik mění svou právní formu

GO! Express & Logistik, poskytovatel mezinárodních expresních služeb, oznámil změnu své právní formy pro působení v ČR na společnost s ručením omezeným.

Společnost zde doposud byla přítomna prostřednictvím organizační složky pod názvem GO! General Overnight & Express Logistik GmbH, organizační složka. Do budoucna bude užívat název GO! Express & Logistik, s.r.o. Důvodem pro změnu je výrazné upevnění pozice na českém trhu expresních a logistických služeb v průběhu uplynulých dvou let. Jednateli společnosti GO! Express & Logistik budou Wolfgang Sacher, majoritní vlastník mateřské společnosti, a Martin Koča, stávající generální ředitel pro Českou republiku.



Marks & Spencer zveřejnil ekonomické výsledky

V prvním čtvrtletí 2006 stouply společnosti COMS, franšizovému partnerovi a provozovateli osmi prodejen Marks & Spencer (M&S) a tři kavárny Café Revive na území ČR, tržby oproti stejnému období roku 2005 o 51 %. Firma jako držitel franšizy i pro Pobaltí dále oznámila, že na podzim tohoto roku otevře první prodejnu M&S v hlavním městě Lotyšska Rize. Na ploše 1000 m² nabídne zákazníkům dámské oděvy včetně značky per una, pánské oděvy a dámské spodní prádlo. Do konce roku 2006 plánuje otevřít další prodejny v ČR.



Objednejte si
ukázkový
výtisk
časopisu

REGAL

www.eregal.cz nebo
predplatne@economia.cz

Electrolux Kitchen Product Line

Trendem současnosti jsou vestavné kuchyňské spotřebiče. Společnost Electrolux proto vytvořila zvláštní program s názvem Electrolux Kitchen Product Line, který se nezaměřuje pouze na design.

Tým odborníků z této nadnárodní skupiny při navrhování svých výrobků myslí na to, že i ten nejspolehlivější výrobek jednou doslouží a bude potřeba ho z co největší části recyklovat. Částka 5 % ročních tržeb, kterou věnuje skupina Electrolux na výzkum a vývoj výrobků, slouží ke zlepšení návrhů, které by vedly k nižší energetické náročnosti elektrospotřebičů a k nižší spotřebě vody u automatických praček a myček nádobí.

Personálie

- Na pozici brand manažer značky Staropramen nastoupil do společnosti Pivovary Staropramen Ivo Laurin. Od roku 1996 působil na pozicích v reklamních agenturách i na straně zadavatele. Do Pivovarů Staropramen přichází z reklamní agentury Kaspén, kde zastával pozici account director.
- Společnost Bohemia Sekt, Českomoravská vinařská, posílila svůj manažerský tým. Na pozici obchodního ředitele nastoupil Petr Černý. Přišel z Povltavských mlékáren, které patří francouzské skupině Bongrain, kde pracoval na postu obchodního ředitele. Předtím působil ve společnosti Procter & Gamble.
- Trademarkingový tým společnosti Kraft Foods CR prošel ke dni 1. 4. další změnou. Na pozici category manažer beverages CZ/SK byl jmenován Andrej Huža, TMKT executive SK se stal Peter Varga. Stávající členové týmu Kateřina Plocková a Martin Neduchal zůstávají, odešla Helena Petrová.
- Od dubna 2006 má Winterthur nového vedoucího oddělení klíčových partnerů. Stal se jím Tomáš Knebl, který dosud vedl oddělení zaměstnavatelských benefitů. V nové pozici bude odpovědný za spolupráci s nejvýznamnějšími externími sítěmi, makléři a dalšími zprostředkovateli.

Elektronická příloha časopisu Regal. Vychází jednou týdně. Registrován pod ISSN 1801-4976. Kontakt: Regal, Economia, a.s., Dobrovského 25, 170 55 Praha 7; Radana Čechová, šéfredaktorka, tel.: 233 073 152, fax: 233 072 021, <http://www.eregal.cz>, regal@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 jakákoliv další publikace, přetištění nebo distribuce (tištěnou i elektronickou formou) jakéhokoliv 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.