

line REGAL

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 20/06, 23. 5. 2006

Elopak 2006: Nové trendy obalových technologií

Na veletrhu Anuga FoodTech 2006 představila společnost Elopak nové typy kartonových obalů označovaných jako iCONE a Slim. Obě novinky jsou kombinací maximální účelnosti a atraktivního designu. „Velmi silně působí individualizace produktu, což je příklad kartonu Slim. Elegantní a štíhlý design motivuje k aktivnímu stylu života, a to převážně ženy, jejichž siluetu obal připomíná. Společnost tímto reaguje na nové trendy. iCONE zase reprezentuje účinný prostředek pro zasažení nových marketingových oblastí – nových trhů a distribučních kanálů. Vysoký nákupní potenciál předpokládá, že spotřebitelé více investují do obalů,“ uvádí Børge Kvamme, executive viceprezident společnosti Elopak pro oblast střední, východní Evropy a Blízkého východu.

Obal iCONE má nový, kuželovitý tvar. Zároveň zachovává výhody obalu Diamond Pure-Pak – a to širokého šroubovacího uzávěru, který umožňuje pohodlnou konzumaci a uchování nápoje. Balení 500 ml je ideální pro distribuci do hotelů, čerpacích stanic, nákupních a občerstvovacích center. Tvar dna obalu navíc přesně zapadá do nápojového držadla v automobilu.

Kuželovitý tvar obalu iCONE je šetrnější k životnímu prostředí. K výrobě se využívá tenčí karton s dobrou pevností a stabilitou srovnatelnou se standardními kartony. Menší spotřeba materiálu a využití cenově výhodnějšího kartonu skýtá výrobcům dvojí úsporu.

Obal Slim se vyznačuje štíhlým tvarem s harmonickými křivkami. Je určen zejména k prezentaci tekutých doplňkových produktů stravy. Ženská, štíhlá linie kartonu evokuje zdravý životní styl. Na trh se uvádějí formáty 500, 750 a 1000 ml. S rozměry základny obalu 65 x 65 mm skýtají možnost umístění většího počtu kusů na paletu, a tím i logistickou úsporu. Tyto kartony lze plnit na stávajícím plnicím stroji Pure-Pak U-S80A, jenž prodělal menší úpravy. Kapacita výroby je 8000 obalů/h.

Zároveň zde firma předvedla plnicí sekci stroje pro výrobu obalu iCONE, jehož nominální kapacita je 6000 obalů/h. Inženýři společnosti Elopak společně s italskými konstruktéry vyvinuli integrovaný systém, který bude v prodeji ve druhé polovině roku 2006.

Hledáme mladé kosmonauty

Společnost Henkel navazuje v letošním roce na projekt Není nám to jedno! zkoumající mimoškolní aktivity českých dětí. Vloni započatá spolupráce s Českou radou dětí a mládeže a zájmovými sdruženími letos pokračuje podporou aktivit Asociace mladých Debrujářů České republiky (débrouillard = fr. šikovný, obratný, zvědavý). V rámci projektu Space Two pomůže Henkel vyslat české děti do výcviku mezinárodní kosmické posádky do Bruselu. Dva členové posádky budou vybráni i z celorepublikové soutěže Debrujářů Za tajemstvím ocelového města, která také spočívá v plnění mnoha úkolů z rozličných oborů. Henkel jako výrobce pracích a čistících prostředků, kosmetiky, lepidel a technologií se stal partnerem této soutěže pro oblast chemie.

Předplatitelé měsíčníku Regal mají přístup do elektronického archivu časopisu ZDARMA na adrese www.eRegal.cz. Stačí se pouze on-line zaregistrovat a ověřit předplatné na internetové stránce <http://predplatitel.ihned.cz>.



V 5. ČÍSLE MĚSÍČNÍKU REGAL MIMO JINÉ NAJDETE:

- Na cestě z vietnamských stánků
- Přichází bio boom
- Sklad: vyšší kapacita, nízké náklady
- Nealko ovládají privátní značky

Regal 5/2006 vyšel 15. 5.
Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Distribuční centrum DHL a Unilever

Společnost DHL Exel Supply Chain slavnostně otevřela na konci dubna v pořadí již třetí zásobovací centrum, které bude provozovat pro společnost Unilever ve Velké Británii. Centrální sklad se nachází ve městě Cannock, v hrabství Staffordshire. Má plochu 40 tisíc m² a o jeho provoz se bude starat přes 200 zaměstnanců DHL.

Společnost DHL Exel Supply Chain bude pro společnost Unilever UK Foods smluvně zajišťovat skladování, manipulaci, balení, přebalování a výdej zboží do 2000 obchodů, které jsou rozmístěné po celé Velké Británii. Mezi nejznámější značky, jejichž výrobky se budou přes tento distribuční sklad dodávat do obchodů, patří Hellmann's, PG Tips, Knorr nebo Lipton. Chod distribučního centra je plně automatizovaný, pásové dopravníky a jeřáby jsou naprogramované. Dokážou samy uložit zboží na správné místo a později je stejným způsobem ze skladu expedovat. Údaje o zboží se zaznamenávají na elektronické nosiče, takže není potřeba využívat papírové dokumenty.

Leaflet Monitor na Slovensku

Společnost Incoma Research začala ve spolupráci s GfK Slovakia od května 2006 měřit penetrace letáků maloobchodních řetězců kromě České republiky také na Slovensku a rozšířila tím stávající monitoring. Rozšíření monitoringu letáků o jejich penetrace v domácnostech nabídne klientům možnost porovnat, jak vnímají a akceptují jednotlivé letáky hospodyně, kterým jsou určeny.

(Pokračování na stránce 2)

Signal Dentibus vyšetřuje již desátý rok

Pojízdná zubní ordinace Signal Dentibus se již podesáté vydává na cesty po České i Slovenské republice s cílem šířit osvětu v oblasti orálního zdraví a provádět bezplatné vyšetření dětského chrupu. V tomto jubilejním roce má Signal Dentibus připravený program zaměřený opět především na děti s rodiči. Novinkou je letos anketa pro veřejnost, která rozhodne o místě poslední zastávky Signal Dentibusu.

Před prázdninami naváže Signal Dentibus na úspěšný projekt minulého roku a navštíví čtyři zoologické zahrady v ČR. Podzimní výjezdy budou směřovat do mateřských školek. Pro děti jsou připraveny drobné dárky, odvážní mohou absolvovat bezplatnou prohlídku chrupu v pojízdné ambulanci a vyšetřující lékařka je za statečnost odměňuje zubní pastou Signal Kids.

Druhý ročník Globus Grilmánie

V sobotu 13. 5. byl v Chomutově prvním soutěžním kolem zahájen druhý ročník celostátní soutěže v grilování – Globus Grilmánie 2006.

Soutěže grilovacích týmů budou tak jako loni probíhat během května a června na prostranstvích před hypermarkety Globus. Budou se skládat ze čtyř disciplín, takže soutěžní týmy si vyzkoušejí nejen grilování masa a uzenin, ale například i dezert. Tým má povinnost grilovat na obou typech připravených grilů – dvě disciplíny na kotlovém grilu na dřevěné uhlí a dvě disciplíny na plynovém grilu. Vítěz české Grilmánie získá kromě dalších cen také zájezd na 8. mistrovství světa v grilování, které se koná 20. až 23. 7. 2006 v polské Wroclawi.

Apetito od Euro RSCG Prague

Komunikační agentura Euro RSCG Prague připravila nové kampaně pro své klienty TPK, Opavia-LU a pro neziskovou organizaci Emil. Cílem nové tiskové kampaně pro produktovou řadu Apetito Dobrá kuchyně sýrové omáčky je naučit spotřebitele používat tyto výrobky nejen na těstoviny, ale i na letní studená či grilovaná jídla. Promoční soutěž značky BeBe Brumík společnosti Opavia-LU je aktuálně od druhého květnového týdne podpořena i desetivteřinovým spotem, který byl připraven v produkci studia UPP. Agentura dokončila také novou kampaň pro projekt Emil, který podporuje sportovní a rehabilitační aktivity handicapovaných dětí. Jejím cílem je seznámit veřejnost se sportem handicapovaných dětí, možnostmi jeho podpory a v neposlední řadě zvýšit laťku tolerance vůči handicapovaným a podnítit je k aktivnímu životu.



Produkt roku 2006

Spárovací hmota Ceresit CE 40 aquastatic od společnosti Henkel ČR se stala vítězem ankety Produkt roku 2006, kterou vyhlásila profesní organizace Cech obkladačů České republiky.

V historicky prvním hlasování odborné i laické veřejnosti o titul obkladačský Produkt roku získala tato spárovací hmota určená pro přímý kontakt s vodou 1653 hlasů z 3626 došlých. Ocenění bylo předáno na stavebním veletrhu IBF v Brně. Výrobek je určen pro přímý kontakt s vodou – má aquastatický, hydrofobní efekt, což znamená, že se na jejím povrchu vytvoří uzavírací, nepropustný film, po kterém vlhkost ve formě kapiček stече, aniž by se vsákla. V současnosti je na trhu dostupná již ve 27 barevných odstínech.

Reklamní nosiče pro mladé

V prodejnách společnosti Bontonland, které nabízejí multimediální produkty, vzniká nová síť reklamních nosičů (formát 150 x 150 mm), jejichž výhradním prodejcem je firma Clubmark. Marcel Dlouhý, obchodní ředitel této společnosti, dodává: „Jsou umístěny ve všech 31 prodejnách Bontonland v 16 městech České republiky a představují ideální prostředek pro komunikaci s mladými cílovými skupinami. Díky síti Caramba Music je možné měsíčně zasáhnout až 75 tisíc platících návštěvníků prodejen. Těch, kteří si nic nekoupí, je zhruba desetkrát více. Celkem tedy 750 tisíc návštěvníků.“

Internet pomáhá svatebčanům

Společnost Datart nabízí originální řešení, jak se zbavit rozpačitosti při vybírání svatebních darů. Díky internetové stránce www.svatebnilistina.cz mohou snoubenci nevtrlivým způsobem sdělit svým blízkým, jaké dary by si přáli. Autoři této stránky vyšli vstříc jednoduchostí ovládání i počítačově méně zdatným uživatelům. Je to cesta, jak předejít obdržení některých tradičních darů v nežádoucím množství a novomanžele skutečně potěšit. „Mezi jednoznačně nejžádanější dary patří bílé zboží všech velikostí. Novomanželé si přejí toustovače, mixéry, kuchyňské roboty, žehličky, kávovary i ledničky či pračky,“ uvádí komunikační manažerka Datartu Jana Chorošová.

(Pokračování ze stránky 1)

Společnost Incoma Research již od roku 1998 monitoruje veškeré letáky vydávané obchodními řetězci. Sledovány jsou letáky, které se distribují do domácností, ale i letáky, které jsou k dispozici pouze v prodejnách. Každý měsíc je zaznamenáno asi 350 letáků a 35 tisíc výrobků. Kromě ČR a SR jsou v rámci projektu Leaflet Monitor monitorovány letáky v Maďarsku, Polsku, Rumunsku, Chorvatsku, Slovinsku a Bulharsku.

Nová pracoviště pro Migros

Deset let po otevření první německé filiálky pokračuje švýcarský řetězec supermarketů Migros v expanzi. Od příštího roku má být v jižní části Německa otevřeno osm až deset nových obchodů. V centru zájmu této společnosti stojí pěší zóny ve městech s nejméně půl milionem obyvatel.

Podle jejího obchodního ředitele Wernera Krättliho nabízí německý trh výhodné podmínky. Obraty tří německých poboček stouply během minulého roku o 3,4 % na přibližně 44 mil. eur, přičemž Německo je z pohledu firmy už dva roky v černých číslech. Migros Basel naproti tomu celkově vykazuje minus v obrazech o 2,4 %, čemuž odpovídá asi 674 mil. eur.

Benzinky táhnou

Německo čeká kolem silnic spousta staveň: Shell a Esso plánují otevřít nové čerpací stanice, Aral spíše spoléhá na návratnost investic. I když trend v rámci této země je spíše opačný, koncern Shell chce otevřít další nová místa prodeje. „V příštích letech zřídíme víc jak tucet nových čerpacích stanic,“ sděluje šéf řetězce čerpacích stanic Shell Josef Waltl. Konkrétní čísla však nesdělil. Stejnou cestou se vydá i síť benzinových stanic Esso, která do této branže také hodlá investovat a otevřít nové obchody On The Run.

Současně německé Spolkové sdružení benzinových stanic a živnostníků (BTG) ohlásilo, že kolem tří stovek nájemců koncernu Esso v minulých týdnech obdrželo výpovědi nájemní smlouvy. Důvod? Esso chce čerpací stanice provozovat prostřednictvím dceřiné společnosti ROC. Aral si chce své prvenství na trhu udržet i do budoucna a z tohoto důvodu na začátku května odstartuje na svých 2500 čerpacích stanicích bonusový program.

Nestlé zvyšuje obraty

Koncern Nestlé zvýšil v prvním kvartálu svůj obrát o 14,1 % na 22,8 mld. švýcarských franků. Pozitivně si vedly všechny oblasti skupiny, přičemž samotný segment výživy a nápojů se postaral o nárůst organického (jednotného, uceleného) obrátu o 6,4 %. Podnik také vytěžil z pozitivních vlivů směnného kurzu, obzvláště přepočtení z amerických dolarů na švýcarské franky se koncernu postaralo o nárůst obrátu o 7,6 %. Celkově by měl obrát stoupnout o 14,1 %.

ASK Akademie Schwarzkopf

Od dubna se Praha může pochlubit kadeřnickou akademií ASK Schwarzkopf Professional, která je na rozdíl od dosavadního studia v Dělnické ulici v Holešovicích prostornější, modernější a díky umístění v centru města i přístupnější.

„Tyto akademie vzdělávají kadeřníky v rámci země nebo regionu. Semináře vedou profesionální trenéři, kteří seznamují kadeřníky s nejnovějšími poznatky o výrobcích a technikách. Už teď se těšíme velkému zájmu kadeřníků z mnoha zemí, dokonce i z Indie,“ vysvětluje podstatu přístupu v ASK Edita Brejchová, manažerka pro Technical Services CR a SR. Pražská Akademie vznikla v prvním patře bývalého salonu Andrew Jose v Michalské ulici. V přízemí se zabydlí salon Toni&Guy, který tímto otevře svou druhou provozovnu v Česku.



Walmart rozšiřuje síť poboček

Trinecká společnost Walmart posiluje v rámci dlouhodobé strategie své zahraničně obchodní aktivity a zakládá v pořadí již sedmou zahraniční pobočku. Bude mít sídlo v hlavním městě Bulharska v Sofii a zahájí svou obchodní činnost od letošního léta. Na základě interního výběrového řízení ji povede pan Eugen Antohi, který dosud pro firmu pracoval na pozici obchodního ředitele pobočky v Rumunsku.

Walmart prodává své výrobky v Bulharsku již deset let, a to prostřednictvím místního obchodního partnera společnosti Schmidt-N. K nejprodávanějším produktům zde patří dětské multivitaminy Mart'anci, kloubní výživa Arthrostop, přípravky Prostenal a GinkoPrim.

Banánový metr Chiquita pro zdravý růst dětí

Společnost Chiquita zahájila informační projekt Rosteme s chutí. Cílem je informovat rodiče o významu vyvážených jídelníčků pro děti při vytváření základních stravovacích návyků v rodině. Jako důkaz, že ovoce nemusí být jen důležitou a zdravou složkou potravy, ale i zábavou, připravila Chiquita pro děti ovocné centimetry. Banánový metr najdou u balení banánů Chiquita v supermarketu Albert (17.-23. 5.), metr „ovocná kapela“ bude přibaleno k Chiquita banánům v supermarketu Delvita (1.-7. 6.). Navíc je připravena fotosoutěž o velké nafukovací banány a Chiquita bačůžky.



Drinks Union zvýšil tržby

Ústecká nápojářská skupina Drinks Union, která sdružuje čtyři domácí pivovary a likérku KB Likér, za první tři měsíce roku meziročně zvýšila tržby o více než 7 % na téměř 268 mil. Kč. Společnost také ve stejném období proti roku 2005 zvýšila výstav piva na téměř 193 tisíc hl. „Na zvýšení tržeb se nejvýrazněji podílel nárůst prodeje divize KB Likér, které se meziročně zvýšily téměř o polovinu,“ říká finanční ředitel firmy Miroslav Bretšnajdr.

Díky mírnému nárůstu prodeje piva si firma upevnila pozici čtvrté největší pivovarnické skupiny v zemi. Výstav piva za celý loňský rok se pohyboval nad 920 tisíci hektolitry. Při započítání licenční výroby piva Zlatopramen v Rusku se celkový výstav poprvé v historii společnosti přehoupl přes milion hektolitru piva, celkem to bylo 1,023 mil. hl.

Objednejte si ZDARMA ukázkový výtisk nového odborného měsíčníku REGAL na internetové adrese www.eregal.cz

Plus pro Lekkerland

Obchodní rok 2005 zakončila společnost Lekkerland s obratem vyšším o 8,8 %, čemuž odpovídá 9,085 mil. (v roce 2004 to bylo ještě 8,354 mil.). „Výrazný nárůst v obrotech vykázala jak západní, tak východní Evropa,“ říká CEO Lekkerland Christian Berner. Obraty se zvýšily např. v segmentu tabákových výrobků (o 9,6 %, tj. 4,409 mil. eur). Vývoj cen benzinu a tabákové daně způsobily lehký pokles obratu (o 3,3 %) u food/non-food kiosků na čerpacích stanicích.

V sektoru telekomunikací si Lekkerland díky tržbám z provizí v bankách, diskontech a internetu drží stabilní pozici na 183 mil. eur. Dobré výsledky zaznamenaly také pobočky v zahraničí. Ve východní Evropě vykazuje nejlepší výsledky Česká republika, kde se obrat za rok 2005 zvýšil o 10,7 %, což je o 114 mil. eur víc než v předminulém roce. Slovensko s plusem 4 mil. eur vykazuje růst, naproti tomu Maďarsko zaznamenalo lehký pokles obratu (13 mil. eur).

Hudba z DM

Síť drogerií dm rozšiřuje v Německu nabídku svých služeb o hudbu. Vedoucí marketingu a nákupu dm Petra Schäferová celý projekt upřesňuje: „Na adrese www.dm-musicshop.de si zákazníci mohou vybrat z více než 200 tisíc existujících písniček z žánrů typu pop, rock, hip-hop, jazz nebo blues. Mají také možnost sami si vytvořit obálku CD; vyberou si, zda na ní bude digitální obrázek, nebo jeden z mnoha nabízených vzorů.“ Nakonec si zákazník zvolí, jestli si vypálené CD vyzvedne v některé z poboček dm, nebo si je nechá poslat poštou. Firma vykazuje v Německu obrat 1301,2 mil. eur. Celkový obrat řetězce drogerií dm, do kterého spadá 1663 poboček např. v Německu, Chorvatsku, Rakousku, Česku či Maďarsku, vykázal nárůst ve výši 11,48 %

Coop a Rewe lákají do světa

Od nadcházející zimní sezony bude švýcarský obchodní koncern Coop ve spolupráci se skupinou Rewe nabízet paušální turistické cesty. Jak sdělil Coop, jeho vstup společně s Rewe na švýcarský trh s turistikou byl smluvně stvrzen v dubnu.

Za tímto účelem Coop a Rewe zakládají ve Švýcarsku podnik, na kterém se budou oba podílet 50 %. Každý z nich do budoucího joint venture přinese své speciální kompetence. Rewe Touristik je s obratem 4,2 mld. eur čtvrtým největším prodejcem cest v Evropě a třetím největším v rámci celého Německa. Proto bude primárně odpovědný za organizaci a realizaci cest počínaje odletem ze Švýcarska. Coop naproti tomu bude podporovat především prodej cest.

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 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.