

REGAL^{line}

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 3/06, 24. 1. 2006

Pochybení obchodníků za miliony korun

Státní zemědělská a potravinářská inspekce (SZPI) udělila loni ve 446 správních řízeních 18 obchodním řetězcům pokuty v celkové hodnotě 19 mil. Kč. Nejvíce pokutovaným obchodním řetězcem přitom byla společnost Ahold Czech Republic, která si v 86 správních řízeních vysloužila sankce ve výši téměř 7,6 mil. Kč.

Mezi největší hříšníky patřila její Hypernova v Průhonicích, která na masné výrobky dodatečně dávala nálepky s pozdějším datem spotřeby, než bylo původní. Inspekce dále uzavřela Hypernovu v Jindřichově Hradci kvůli zamoření myši. Druhým nejpokutovanějším retailerem ze strany SZPI byla loni společnost Julius Meinl, která absolvovala 31 správních řízení. Například dva vedoucí pracovníci této firmy v Českých Budějovicích byli obviněni z ohrožování závadnými potravinami. Měli navádět prodávачky, aby omývaly a okrajovaly prošlé uzeniny a sýry nebo aby v den konce spotřební doby vybalovaly vakuově balené párky a salámy a dávaly je zpět do prodeje.

Třetí místo náleží obchodnímu řetězci Carrefour, který ve 36 správních řízeních dostal pokuty za 1,8 mil. Kč. SZPI v loňském roce v obchodních společnostech provedla 5902 kontrol, z toho na společnost Ahold jich připadlo 1020. Druhým nejčastěji kontrolovaným retailerem byla s 392 kontrolami síť hypermarketů Kaufland.

Pro doplnění – Hospodářský výbor sněmovny parlamentu dne 18. ledna poslancům doporučil schválit vládní novelu zákona o ochraně spotřebitele včetně pozměňovacího návrhu jednoho z poslanců ČSSD, který počítá se zvýšením pokut pro nepoctivé obchodníky až na 50 mil. Kč. V současnosti obchodníkům hrozí za porušení zákona o ochraně spotřebitele maximálně milionová pokuta. Tato částka je podle návrhů zejména pro obchodní řetězce jen malým trestem.

Prezident podepsal přísnější výprodeje

Podmínky pro výprodej v obchodech by se měly zpřísnit. Prezident Václav Klaus totiž 18. ledna podepsal novelu zákona o regulaci reklamy, která mimo jiné obchodním řetězcům ukládá stanovit začátek a konec výprodejů. Při plošné reklamě by obchodníci měli mít dostatek zboží na skladě, anebo uvést množství zlevněného zboží v jednotlivých prodejnách. „Řetězce budou povinny informovat zákazníka při velkoplošných reklamách na slevu, kolik zlevněného zboží mají na skladě nebo jak dlouho bude toto zboží prodáváno,“ uvedl již dříve ministr průmyslu a obchodu Milan Urban. Novelu schválila sněmovna v prosinci, kdy přehlasovala Senát, který chtěl zpřísnění reklamy na výprodeje z novely vypustit.

Novinka – komoditní karty

Zajímavou novinkou vzešlou ze společných jednání Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR s Českou obchodní inspekcí (ČOI) jsou tzv. komoditní karty zpracovávané ČOI a obsahující zákonné požadavky. Společným záměrem je, aby v nich byly uvedeny jednotné parametry, kterými se může řídit designér, konstruktér, výrobce, distributor, prodejce, bude je znát i zákazník a budou je brát v potaz také dozorové orgány. Pokud by se osvědčilo jejich využití, je možné nabídnout takovou zkušenost („best practice“) i dalším zemím EU. ČOI také oznámila, že prohřešků retailerů je méně než na začátku loňského roku. Nedostatků letos odhalila třetina z 230 kontrol zaměřených na povánoční výprodeje obchodních řetězců. Obchodníci například špatně účtovali či stanovili procentní slevu, v některých prodejnách i letos nebylo inzerované zboží k dostání. Obchodní řetězce jsou po problémech s novoročními výprojeji opatrnější při inzerování slev a mnohé z nich začaly v letácích uvádět i údaje o množství zlevněného zboží. Chtějí se tak vyhnout komplikacím a kritice, kterou kvůli lednovým výprodejům sklidili od zákazníků i státních orgánů.



**Objednejte si ukázkový
výtisk časopisu REGAL
na www.eregal.cz nebo na
predplatne@economia.cz**

Kaufland v MARKANT Slovakia

Kaufland Slovenská republika, od okamžiku založení EMD MARKANT Slovakia v květnu 2004 člen obchodní spolupráce, je od 1. prosince 2005 rovněž připojen na Evropskou centrální regulaci (EZR). Díky tomuto operativnímu odstartování spolupráce se Kaufland účastní internacionalizace centrální regulace řetězce MARKANT.

Evropská centrální regulace usnadňuje podniku úsporu nákladů stejně jako zjednodušení a standardizaci procesů. Dodavateli zaručuje okamžitou a stoprocentní platbu. V roce 2000 otevřela Neckarsulmer Kaufland Stiftung & Co. KG v Popradě svoji první pobočku na Slovensku. Z centrály Kaufland Slovenská republika, v.o.s., v Bratislavě je v celostátním měřítku koordinováno 26 poboček.

Konica Minolta je na ústupu

Japonská společnost Konica Minolta Holdings Inc. opouští trh s fotoaparáty a barevnými filmy. Důvodem je vzrůstající obliba digitálních snímků, které nepotřebují filmy a ukládají se digitálně. Výrobu kompaktních fotoaparátů podnik zastaví letos v březnu. Do března příštího roku Konica Minolta přestane vyrábět filmy a barevné fotografické papíry. Končí tak jedna z nejznámějších značek fotografického světa.

Hamburský Lidl čelí vydírání

Zatím neznámý pachatel vyhrožoval otrávením ústní vody v hamburském Lidlu. Postižené měly být tři pobočky tohoto diskontéra. Policie zdůraznila, že obyvatelstvu nehrozí žádné nebezpečí. Zároveň nepotvrdila informaci, podle které láhve s ústní vodou obsahovaly slabou koncentraci kyseliny chlorovodíkové. Německý tisk přinesl údajné výhrůžné oznámení, které žádalo „milion eur – nebo se zákazníci budou hodně divit, až si budou čistit zuby“. Případem se zabývá také policie z německého Heilbronn. Tady totiž na konci listopadu minulého roku soud poslal ke čtyřem letům a devíti měsícům vězení stavebního inženýra za výhrůžné dopisy a e-maily určené Lidlu. V nich požadoval 1,2 mil. eur.

První komorový jarmark

Dne 26. ledna se na úřadu Hospodářské komory České republiky uskuteční 1. komorový jarmark. Několik desítek firem ze všech regionů i napříč všemi obory bude mít prostřednictvím této akce možnost představit svoje aktivity a produkty nejen potenciálním partnerům, ale také široké podnikatelské veřejnosti. V den konání jarmarku budou moct do budovy úřadu vstoupit všichni návštěvníci.

Akce je určena i případným zájemcům o členství v Hospodářské komoře, která zde bude prezentovat své aktivity a služby, které poskytuje svým členům. „Hospodářská komora se chce také touto akcí otevřít a lépe představit stávajícím členům stejně jako těm, kteří vstup do Hospodářské komory ČR třeba zatím pouze zvažují. Nabídneme jim své služby, představíme lidi, kteří za konkrétními produkty komory stojí,“ vysvětluje koordinátor projektu Petr Pokorný.

První komorový jarmark se uskuteční 26. ledna 2006 v budově Hospodářské komory ČR, Freyova ulice 27, Praha 9 - Vysočany. Dveře úřadu budou pro návštěvníky otevřeny od deseti do osmnácti hodin.

Nový design a širší obsah webových stránek Activa



Do nového roku 2006 se společnost Activa rozhodla vstoupit s novým moderním designem internetových stránek a jejich rozšířením obsahem. „Cílem této změny na stránkách www.activa.cz bylo po více než dvou letech změnit stávající internetové stránky tak, abychom udrželi jejich podobu ve stejné dynamice, jaká je naší společnosti vlastní. Doufáme, že změna přispěje k lepší orientaci a většímu množství snadno dostupných a přehledně zobrazených informací,“ uvádí Markéta Roháčková, marketingová manažerka společnosti Activa a dodává,

„spolu s novými internetovými stránkami jsme uvedli do provozu i náš internetový obchod v anglické jazykové verzi.“ Internetový obchod zavedla Activa již v únoru 2001. V současné době tuto službu využívá přes deset tisíc zákazníků.

Nestlé změnil mediální agenturu

Jako vítězná byla v rámci výběrového řízení, jehož cílem bylo vybrat agenturu-dodavatele služeb mediálního plánování a nákupu pro společnost Nestlé Česko a Slovensko, vyhodnocena společnost Mediaedge:cia ze skupiny WPP. Rozhodnutí o využití služeb Mediaedge:cia se bude týkat také služeb dodávaných společností Cereal Partners Czech Republic, Schöller, zmrzlina a mražené výrobky, jakož i aktivit společností Nestlé Slovensko, Cereal Partners Slovak Republic a Schöller Potraviny Bratislava na slovenském trhu. V důsledku tohoto rozhodnutí dojde ke dni 31. března 2006 k ukončení dosavadní spolupráce s mediálními agenturami Universal McCann a Initiative Prague. Uvedená změna nemá souvislost se spoluprací Nestlé s reklamní agenturou McCann-Erickson, která i nadále úspěšně pokračuje.

OKI nabízí zdarma příručku

Společnost OKI Printing Solutions nabízí od loňských Vánoc praktickou marketingovou komunikační příručku nazvanou Co všechno můžete vytvořit!, která radí, jak lze efektivně a za výhodných cenových podmínek využít způsoby tištěné komunikace. Tento manuál je zdarma dostupný na internetových stránkách www.oki.cz.

Příručka, která vznikla ve spolupráci s předními marketingovými společnostmi, Euro RSCG a McCann-Erickson, shrnuje zásady úspěšné marketingové komunikace. Předává firmám zkušenosti a znalosti potřebné k přípravě vlastních, vysoce kvalitních marketingových kampaní. Zároveň dává návod, jak maximálně využít tiskové možnosti přímo uvnitř společnosti namísto zadávání nákladných a pomalých tiskových zakázek mimo firmu.



Plus s vlastní „zdravou“ značkou

Cílem nové řady Viva Vital obchodního řetězce Plus je výrazněji odlišit firmu od rostoucí konkurence nejenom v oblasti diskontů, ale také klasických obchodů s potravinami. Poprvé se výrobky v nových obalech s oranžovým logem objevily ve všech německých pobočkách Plus 19. ledna.

Do řady patří nabídka jogurtů, mléka, müsli, hotových jídel, džusů nebo čokolády. Do konce roku chce Plus pod tuto značku začlenit až 100 produktů.

Od března bude takto označený sortiment k dostání i v rakouských pobočkách. Zavedení nové řady podpoří plakáty, elektronické displeje, tipy na recepty a brožury. Strategie je jasná: sjednotit ohraničený sortiment za výhodnou cenu pod jednotnou značku. Ceny výrobků z této řady se totiž pohybují až 30 % pod cenou srovnatelného obchodního artiklu.

Větší jistota u produktů z Číny

Spotřebitelé by do budoucna měli mít při nákupu čínských produktů zajištěnou větší jistotu. Takový je cíl dohody, kterou v Pekingu podepsal evropský komisař pro ochranu spotřebitelů Markos Kyprianu se zástupci čínské státní agentury dohlížející na kvalitu výrobků. Obě strany tak chtějí úžeji spolupracovat na celkové bezpečnosti produktů, zejména potravin, a v otázkách ochrany zvířat a rostlin, čímž chtějí zlepšit ochranu spotřebitelů.

Personálie

- Veronika Břízová je novou ředitelkou úseku marketingu společnosti Benzina. Jejím předchůzím zaměstnavateli byly např. Slovnaft Česká republika, LG Electronics CZ či T-Mobile Czech Republic.
- Ředitelem PR a komunikace skupiny Winterthur v České republice se stal Marek Zeman. Dosud působil na Ministerstvu financí ČR jako vedoucí oddělení komunikace a tiskový mluvčí. Ve Winterthur je Marek Zeman odpovědný za řízení externí a interní komunikace.
- Do funkce obchodní ředitelky pro malé a střední podniky společnosti IBM Česká republika byla uvedena Lucia Belková, jež má za sebou kariéru v obchodních a manažerských pozicích v rámci českého zastoupení IBM, kam nastoupila v roce 1999. V roce 2003 byla jmenována obchodní ředitelkou IBM ČR pro regionální zastoupení.
- Novým marketingovým manažerem, zodpovědným za ATL i BTL aktivity divize Audi společnosti Import Volkswagen Group, která je generálním importérem vozů Audi do České republiky, byl jmenován Jiří Hauptmann. Na této pozici vystřídal Tomáše Velka, který ze společnosti odešel.