

line REGAL

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 34/06, 3. 10. 2006

MLÉČNÉ AUTOMATY VE ŠKOLÁCH

Mlékárna Kunín začala provozovat ve dvou stech moravských základních školách chladicí automaty na mléčné výrobky. Zařízení má v ČR premiéru a je chráněno užitným vzorem. Vývoj trval zhruba rok, přičemž se sama mlékárna podílela na testování speciálně uzpůsobených strojů. Automaty fungují na tzv. mléčné kreditní karty, které rodiče dětem pořízují přímo ve školách. Kreditky pak školáci už sami vkládají do automatů a ty jim vydávají vybrané výrobky. Po vyčerpání částky na kreditní kartě rodiče jednoduše, podobně jako u kuponů na telefon, zakoupí novou kartu.

Mléčnými automaty vstoupila Mlékárna Kunín do vládního projektu zaštitěného EU, který už v tuzemsku běží řadu let pod názvem „Mléko do škol“. Díky projektu mohou žáci základních škol do 15 let věku využívat státem finančně dotované mléčné produkty. Každý školák má nárok na jeden dotovaný mléčný výrobek každý vyučovací den. „Automaty jsou italské výroby a udržují jogurty, smetanové krémy a mléko při teplotě do 8 °C,“ vysvětluje obchodní ředitel Mlékárny Kunín Jiří Klos. „Elektřina a práce jedné administrativní pracovnice, která musí odběr výrobků sledovat, jsou to jediné, co školy do systému vkládají,“ doplňuje. Školám Mlékárna Kunín dodala také speciální software, pomocí kterého se evidují „mléčné kreditky“ školáků. Ty jsou dvojího druhu: na mléko a na jogurty a smetanové krémy.

Vedení mlékárny se nyní snaží zvýšit dodávky do škol kvůli vysoké poptávce. Zajišťuje několik desítek nových automatů pro stávající i nové školy a navyšuje produkci speciálně baleného a ochuceného „školního mléka“. K 1. lednu 2007 plánuje rozmístit dalších 200 automatů ve školách na Moravě a v Čechách. S tím poroste i objem produkce. „Uvažujeme také o přijetí nových zaměstnanců. A to nejen do dopravy pro doplňování automatů ve školách, což jsme doposud řešili externě,“ uzavírá Jiří Klos.

EVROPSKÉ DISTRIBUČNÍ CENTRUM LEGO GROUP

Lego Group, výrobce dětských hraček, otevřela v Jirnech nedaleko Prahy nové distribuční centrum. Postupně se tam přesune zboží ze všech pěti dosavadních evropských skladů a práci tak najde asi 600 lidí. Veškeré logistické činnosti spojené s provozem tohoto centra svěřila Lego Group společnosti DHL. Každá kostka Lego pro Evropu, Asii, Afriku a Jižní Ameriku od roku 2007 poputuje přes ČR. Česko se tak stane novým LegoLandem.

DRAKIÁDA SE ZNAČKOU PRITT

Planetárium, Vodní svět, Aquapark v Liberci, kino IMAX nebo zábavné vystoupení ve vlastní škole navštíví výherci podzimní Drakiády s Prittem, kterou pořádá společnost Henkel ČR. Úkolem každé soutěžící školy, třídy nebo kroužku je, aby pomocí tyčinkového lepidla Pritt nebo Power Pritt vytvořila co možná nejoriginálnější draky a zorganizovala vlastní drakiádu. Soutěž probíhá od 1. září do 11. listopadu 2006.

Vyhrává pět skupin dětí s nejoriginálnějšími draky, za největší množství vyfocených výtvořů ve vzduchu navíc skupina dostane speciální dárek – digitální fotoaparát, digitální kameru nebo tiskárnu. Všichni soutěžící obdrží dárkové balíčky Pritt. Více na www.pritt.cz a www.lepeni.cz.



GE Money Multiservis



Obchodník roku 2006

GE Money Multiservis Obchodník roku 2006 je ocenění, které získávají ti nejlepší obchodníci v ČR. Plní funkci barometru maloobchodu, který pomáhá zákazníkům v lepší orientaci a rozhodování mezi jednotlivými obchody. Zároveň je užitečným nástrojem komunikace samotných obchodníků – úspěch v ocenění je dobrým signálem nejen pro zákazníky, ale i zaměstnance a obchodní partnery.

Více informací o soutěži na www.obchodnik-roku.cz



V 10. ČÍSLE MĚSÍČNÍKU REGAL

MIMO JINÉ NAJDETE:

- Příloha: Obchodník roku 2006
- Příloha: Logistika a doprava v obchodu
- Exotice chybí více informací
- Obchod vyřešený za pár minut

Regal 10/2006 vyjde 9. 10.

Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Relaunch polské Billy

Ještě do konce roku chce řetězec Rewe v Polsku znovu oživit upadlý koncept supermarketů Billa. Právě jméno a celkový koncept těchto žluto-červených prodejen by mělo v budoucnu nést 26 supermarketů MiniMal, jejichž obrat během pěti let klesl ze 163,3 mil. eur v roce 2000 na 131,5 mil. eur v roce 2005. Řetězec Rewe by se prý mohl z polského trhu stáhnout úplně, aby se mohl plně koncentrovat na svou další značku Cash & Carry.

Supermarkety Billa jsou v Polsku známé – právě Billa se po pádu železné opony objevila na polském trhu jako první zahraniční supermarket.

IKEA má vlastní food-brand

„V domečku stoleček, na stolečku mistička a v mističce rybička.“ Touto dětskou říkankou jako by se inspiroval švédský výrobce nábytku IKEA, který zavedl vlastní značku potravin. Spadat pod ní bude 150 výrobků, mezi nimi např. brusinková marmeláda, sled, losos nebo kuličky z mletého masa.

Jak se podnik vyjádřil, potraviny či hotové pokrmy se budou vyrábět buď přímo podle švédské receptury, nebo budou na tradiční švédské bázi. O logistiku se postará síť místních dodavatelů.

Novou řadou se podnik pokusí spojit požadavek kvalitních potravin za výhodnou cenu. Potraviny značky IKEA se už prodávají ve všech švédských obchodech. V příštích letech by jejich počet měl ještě stoupnout. Brzy by produkty vlastní značky měly tvořit až 30 % celkového sortimentu potravin.

Becherovka slaví 200 let

Neuvěřitelných 200 let oslaví v roce 2007 značka Becherovka a stane se tak jednou z nejstarších českých značek vůbec. Do třetího století svého života vstupuje tento tradiční přírodní alkoholický nápoj jako jeden z nejprodávanějších hořkých bylinných likérů v ČR. Podle aktuálních údajů agentury ACNielsen dosáhla v období červen až červenec 2006 objemového tržního podílu 36 %, což je nejvíce v její historii.

V současnosti se Becherovka vyvážá do 35 zemí světa a její exportní destinace se dále rozšiřují. Při příležitosti kulatého výročí chystá Becherovka celou řadu překvapení. Právě nyní se svým zákazníkům představuje v limitované sérii ve speciálním balení se zlatou etiketou.



Nestlé Česko v budově od Sekyra Group

Centrála Nestlé pro český a slovenský trh přesídlila do nové budovy, kterou postavila za zhruba 500 mil. Kč tuzemská realitní skupina Sekyra Group. Moderní kancelářský objekt vyrostl v bývalém průmyslovém areálu modřanské čokoládovny Orion. Prosklená budova ve tvaru písmene U s pěti nadzemními a dvěma podzemními podlažími má zhruba 15 tisíc m² využitelných ploch.

„Společnost Sekyra Group splnila všechny náročné požadavky a vytvořila pro naše zaměstnance skutečně moderní pracovní prostředí, umožňující pružnější komunikaci. Věřím, že se zde všichni naši zaměstnanci budou dobře cítit,“ říká generální ředitel Nestlé Česko Peter Svensson.

Kiwi je 100 let

Značka Kiwi nabízí výrobky s dlouhou tradicí a vysokou kvalitou již celé století. První výrobek značky Kiwi spatřil světlo světa v Austrálii v roce 1906, kdy tak William Ramsay pojmenoval leštidlo na obuv vlastní výroby. Později se produkty Kiwi rozšířily do celého světa a dnes se prodávají ve více než 200 zemích.

Na českém trhu je značka od roku 1994. „V posledních letech proběhla celosvětová změna image Kiwi, jejímž cílem bylo docílit snadného rozlišení výrobků podle barvy a použití a tím i přehledné komunikace. Výrobky Kiwi jsou dnes moderní a přitažlivé pro všechny generace, přestože mají svoji dlouhou tradici,“ říká Petra Dlouhá, brand manažerka Kiwi (Sara Lee/BDE).



Koncept Axe Meetingpoint

„Festivalový“ koncept, který pro letošní léto připravila značka pánských deodorantů AXE, cíleně oslovil okolo 42 tisíc mladých lidí. Koncept navázal na úspěšnou komunikační kampaň, která pracovala s ideou Použij AXE a žádná žena ti neodolá!

Samotná realizace představovala na čtyřech největších hudebních festivalech soubor aktivit spojených nejen s tradičním promotion (sampling produktů), návštěvníkům se vždy nabízelo i něco pro zpestření pobytu na akci.

„Smyslem projektu bylo především podpořit zájem cílové skupiny o deodoranty AXE tím, že ji nabídneme aktivitu, které budou mladé návštěvníky festivalů zajímat, budou je bavit a zároveň budou mít přímou vazbu na naše produkty,“ vysvětluje cíle kampaně brand manažer AXE Eduard Valent.

Úspěch Domino ECO PET

Na 5. ročníku mezinárodní soutěže The 2006 BottledWaterWorld Design Awards získala druhé místo v kategorii Inovace plastová nápojová Domino ECO PET láhev českého výrobce nápojů – společnosti MaxDrinks. Prestižní soutěž probíhá tradičně v rámci celosvětového kongresu Balená voda v italském Bergamu. Tato láhev je šetrnější k životnímu prostředí, dá se jednoduchým způsobem stlačit rukou na čtvrtinu původního objemu a její design umožňuje snadnou separaci jednotlivých částí – láhve, etikety a uzávěru.



Skladový systém Barco již ve čtvrté zemi

Společnost Barco uzavřela partnerskou smlouvu se společností JSC „Intelligent Solutions Systems“, litevským integrátorem čárových kódů a dodavatelem pokladních systémů, o zastoupení systému SmartStock.WMS pro on-line řízení skladů na území Litvy. Systém SmartStock.WMS je tedy po Česku, Slovensku a Rusku dostupný již ve čtvrté zemi v regionu střední a východní Evropy.

Jednání Aholdu s Delhaize pokračují

Podle zpráv ve Financial Times si společnost Ahold najala firmu Goldman Sachs zřejmě proto, aby jí poradila při jednání s Delhaize. Investoři se domnívají, že jednání s Delhaize mohou mít několik různých scénářů – od dohody týkající se jednotlivých trhů až po celkové převzetí. Dánské deníky informovaly o odstranění jistých překážek, které by retailerům bránily v možném spojení. Rozumí se, že Ahold by akceptoval Brusel jako místo společné centrály a souhlasil by s tím, aby byl výkonný ředitel jmenován ze strany Delhaize. Ahold by zase vybral finančního ředitele a ředitele evropské divize.

Carrefour se soustředí na malé

V touze pochopit tzv. nakupující ze sousedství oznámil Carrefour své nové plány. Podle nich hodlá ještě v tomto a v průběhu příštího roku otevřít ve Francii 140 malých supermarketů. Carrefour již malé supermarkety provozuje, společně s otevřením nových by se jednalo o 3,7% nárůst.

Gepard Dorey, šéf provozu supermarketů, na tiskové konferenci oznámil, že zisky z lokálních supermarketů by se měly zvýšit o 2 % (pro forma srovnání mezi lety 2005 a 2008).

S cílem zatraktivnit tyto prodejny podnikl Carrefour jisté kroky: dlouhá otevírací doba nebo dostupnost hromadné dopravy. „Máme důvod být optimističtí. Populace stárne, počet svobodných vzrůstá stejně jako počet bezdětných párů. Všichni tito lidé budou platit více za pohodlí blízkého obchodu,“ dodává Gepard Dorey.

Penny nabízí pojistky

Podle zpráv v německém tisku bude právní a pojišťovací společnost Arag zajišťovat pojistky prostřednictvím společnosti Rewe. V rámci řetězce Penny by se měly nabízet od 2. října. Platby za pojistné produkty se budou uskutečňovat na kasách a následně budou převedeny na pojistitele pomocí kódu.

Toto spojení reprezentuje první dohodu zahrnující prodej pojistných produktů prostřednictvím prodejen diskontu. Ačkoliv některé řetězce pojištění nabízejí, zákazník si je zařazuje buďto po telefonu, nebo na internetu.

Olympia – svatyně motosportu

Návštěvníkům brněnské Olympie byla od 22. září do 1. října k dispozici přehlídka moderních strojů o jedné stopě pod názvem Olympia Moto Week. Na centrální ploše, v pasáži Fashion Mall i před multikinem Palace Cinemas, se představili a závodili zástupci více než osmi výrobních značek. „Jen během jednoho měsíce zaparkuje na našem parkovišti průměrně 25 tisíc vozidel,“ vysvětluje marketingový manažer Olympie David Kitner a pokračuje, „je proto logické, že motoristům chceme vycházet vstříc. Zábava v podobě napínavých závodů k tomu samozřejmě patří.“

Nové stránky společnosti Coty

Internetové stránky společnosti Coty (www.coty.cz) mají nový kabát. Orientace na stránkách je nyní mnohem jednodušší, v Kosmetické poradně zodpoví poradkyně Jana všechny možné otázky.

Internetové stránky obsahují nově také e-shop s akčními nabídkami, slevami a aktuálními novinkami.

Pro věrné spotřebitelky značky Astor je připraven Klub Astor. Firma zde nabízí i služby profesionálních vizážistek a semináře šité na míru. Informace zahrnují současné trendy líčení a dění v kosmetickém světě.



Mobilní strážci v Letňanech



Se zajímavým opatřením přišlo Obchodní centrum Letňany. Část zaměstnanců ostrahy se bude po rozsáhlých plochách obchodního centra pohybovat pomocí high-tech „vozíků“ Segway Human Transporter. Půjde zejména o kontrolu vnějších prostor, jako jsou přilehlé parky, parkoviště, okolí skladových prostor, energetických center apod.

„Tato technologie nám značně pomůže účinněji zasahovat v případě bezpečnostních rizik nejrůznější povahy. Umožní také kontrolu míst mimo dosah bezpečnostních kamer. Vozítko může nahradit i záahový automobil, například v případě dopravní zácpy během evakuace centra,“ říká Vladimír Nekola, centre manažer Obchodního centra Letňany.

Gambrinus – nový komunikační koncept

Značka Gambrinus inovuje po třech letech svůj komunikační koncept. „Chut, která dělá přátele“ se posunuje a rozšiřuje na „Gambrinus ... a život má říz“ – Gambrinus spojuje lidi, kteří se dokážou podívat na svět jinými očima, z veselějšího a netradičního úhlu pohledu. Nový koncept komunikuje Gambrinus v podzimní kampani, která začala 2. října nasazením reklamního spotu „Filmy“ na českých televizních kanálech, následovat bude rozhlasová, tisková a venkovní kampaň.



Shrek opět testoval lepidla Loctite

Shreka alias Davida Šína, vítěze reality show Big Brother, mohli opět vidět návštěvníci vybraných obchodních center přilepeného za podrážky bot lepidlem Loctite. Čtyři akce uspořádané Divizí lepidel společnosti Henkel ČR ve druhém a třetím týdnu září měly za cíl zviditelnit lepidla Loctite a otestovat jejich lepicí sílu. Společnost Henkel ČR takto navázala na obdobné akce, které proběhly v květnu a v červnu.

Objednejte si ZDARMA ukázkový výtisk nového odborného měsíčníku REGAL na internetové adrese www.eregal.cz nebo mailem na predplatne@economia.cz a také na tel. 800 11 00 22

Předplatitelé časopisu REGAL mají přístup do on-line archivu ZDARMA:

<http://predplatitel.ihned.cz>

Wal-Mart přehodnocuje obaly

Wal-Mart oznámil své plány testovat všech svých 60 tisíc dodavatelů po celém světě ve schopnosti vyvinout nové obaly a podpořit obnovitelné zdroje energie. Tato iniciativa, která by měla začít v roce 2008, byla vytvořena z důvodu redukce nákladů na obaly, a to o 5 %. Dalším důvodem bylo snížení množství odpadu mířícího na skládky.

Iniciativa má rovněž za cíl uchránit atmosféru od 667 tisíc metrických tun oxidu uhličitého. Pro představu je to stejné množství, jako kdyby na silnici ročně nevyjelo 213 tisíc nákladních aut a spálilo se o 323,8 tisíc tun uhlí a 66,7 milionů galonů dieselu méně. Tato iniciativa přinese i redukcí nákladů Wal-Martu. Podle plánu by to mělo být 11 mld. dolarů pro celý obalářský průmysl a 3,4 mld. pro samotný Wal-Mart. V listopadu společnost představí více než 2000 dodavatelů privátních značek své podmínky. Výsledky budou k dispozici i pro nakupující.

M&S dál zkouší RFID

Marks & Spencer rozšiřuje ve Velké Británii RFID technologii na řadu zimního a podzimního oblečení. Počet tagů se tak zvýší z 25 na 49 milionů. Ačkoliv je všechno oblečení v regálech označeno, M&S dokáže číst tagy jen ve 42 svých prodejnách.

Personálie

- V Delvítě nastoupila nová manažerka kvality Magda Kyjovská. Zajišťuje celý komplex procesů v oblasti kvality a hygieny, podílí se na tvorbě standardů na bázi celosvětové platformy Delhaize Group. Nahradiť Karla Kadubice, který z Delvity odešel.
- Logistická společnost C. S. CARGO rozšiřuje svůj tým vedoucích manažerů. Od 1. září 2006 se ředitelem logistiky společnosti stal Jiří Eigl. Přišel ze společnosti Knorr-Bremse, kde působil od roku 1994. Nejprve zde pracoval jako vedoucí skladové logistiky a později jako vedoucí logistiky.
- Od 1. října 2006 nastoupila na pozici manažerky firemní komunikace a.s. Unipetrol Dana Dvořáková. Bude odpovědná za komunikaci celého holdingu Unipetrol, především za vztahy s médii, se zaměstnanci, za komunikaci s investory či za sponzorské projekty.
- Manažerkou korporátních komunikací společnosti Philips ČR je k 5. říjnu jmenována Hana Šobrová. Nahradiť Šárku Vlasákovou, která odešla na mateřskou dovolenou.

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 vyhražují veškerá práva. Publikování nebo šíření obsahu ze zdrojů ČTK je výslovně zakázáno bez předchozího písemného souhlasu ze strany ČTK.