

line REGAL

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 8/06, 28. 2. 2006

Šestka přiláká i příznivce sportu

V časopise Regal jsou průběžně zveřejňovány informace o novinkách, které se týkají právě vznikajícího obchodního centra Šestka na Praze 6. Protože v žádném centru tohoto typu nemůže chybět obchod se sportovním zbožím, v březnovém vydání je jedna ze zpráv věnována společnosti Intersport. Ta ve spolupráci se svým partnerem Drapa Sport v Šestce otevře největší obchod Intersport v Praze. Zákazníci tak budou mít možnost vybrat si na ploše 1200 m² ze široké nabídky kvalitního sportovního vybavení a značkové sportovní módy v podobném rozsahu, jaký znají například z Německa či Rakouska.

Manfred Mandler, vedoucí provozu a expanze společnosti Intersport v Rakousku, ČR, SR a Maďarsku, říká: „Rozhodli jsme se k pronájmu větší prodejní plochy než dosud, protože bychom zákazníkům rádi poskytli větší výběr zboží. Chceme se zaměřit na to, abychom nabízeli bezkonkurenčně nejširší sortiment na trhu, který zákazník najde pouze v našich prodejnách.“

V létě minulého roku uzavřel Intersport partnerství s úspěšným českým obchodním řetězcem Drapasport, ze kterého se tak stal Intersport Drapa. Tím Intersport dosáhl plošného pokrytí celé České republiky a dostal se na špičku českého trhu. Dohromady disponuje 25 obchody o prodejní ploše zhruba 18 200 m². Zároveň je také největší obchodní organizací se sportovním zbožím na světě. První obchody Intersport Drapa byly otevřeny v červenci 2005 v Plzni a v listopadu 2005 v Brně. Zbývajících 14 obchodů Drapasport bude od jara postupně přestavěno na Intersport, přičemž se bude dbát na zachování regionální individuality i při zapojení do mezinárodní sítě.

Nový magazín dm drogerie

Společnost dm – drogerie markt, která na českém trhu provozuje 113 dm drogerií, přichází na trh s novinkou pro své zákazníky v podobě lifestyleového magazínu s názvem Active beauty.

Nový časopis je určen zejména ženám produktivního věku, ale svým obsahem by měl zaujmout každého, kdo se zajímá o kvalitu svého života. Přináší nezávislé, obsahově kompetentní informace z oblastí krásy, wellness a zdravého životního stylu, to vše v moderním designu. Ráz časopisu je zdůrazněn fotografiemi od předních evropských fotografů. Magazín Active beauty vychází 5x ročně v nákladu 200 tisíc kusů. První číslo je zákazníkům dm k dispozici v kterékoliv dm drogerii v ČR od 24. února 2006, a to zdarma.



Objednejte si **ZDARMA** ukázkový výtisk nového časopisu **REGAL**

na internetové adrese www.eregal.cz,
e-mailem na predplatne@economia.cz
nebo telefonicky na 800 11 00 22



V 2. ČÍSLE MĚSÍČNÍKU REGAL

MIMO JINÉ NAJDETE:

- Značky v diskontech: Cesta nebo nebezpečí
- Srovnávací reklama i u nás
- Smrt, daně a RFID
- Prevence je nejlepší útok

Objednávky předplatného na

www.eregal.cz nebo na

predplatne@economia.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Dvkrát více vadného zboží

V minulém roce se více než zdvojnásobil počet případů, kdy se společnosti rozhodly z evropského trhu stáhnout nebezpečné nebo vadné spotřební zboží. Stejně tak byl zaznamenán výrazný nárůst povinného stažení vadného zboží. Tyto skutečnosti vyplývají z údajů Evropské komise, které analyzovali odborníci PricewaterhouseCoopers.

V průběhu roku 2005 byly na webové stránky Evropské komise umístěny v průměru dvě oznámení o stažení vadného zboží denně. Celkem tak bylo v minulém roce evidováno 706 oznámení. Počet zveřejňovaných případů se od roku 2004, kdy se začaly evidovat, zvýšil o 126 %. Počet oznámení o povinném stažení vadného zboží (na rozdíl od dobrovolného ze strany dodavatelů) vzrostl o 154 % ze 176 % v roce 2004 na 447 % v roce 2005.

EMD a Système U spolu

Se zpětnou platností od 1. ledna 2006 se francouzské maloobchodní družstvo Système U stalo akcionářem a členem společnosti EMD. Système U bude, stejně jako německý akcionář Markant AG, držet 20 % akciového kapitálu a disponovat jedním křeslem ve správní radě EMD. Ta je tímto krokem zastoupena ve 20 evropských státech a její tržní potenciál činí 119 mld. eur. Système U, jehož začátky sahají až do roku 1898, je na trhu velice úspěšný podnik a posílil naposledy kromě jiného oblast čerstvých potravin a sortiment vlastních značek.

Koncern Rewe – posun k turistice

Mnoho nových lidí ve vedoucích pozicích a nové logo koncernu Rewe má podpořit jeho expanzi především v zemích středovýchodní Evropy. Svými značkami Billa, Merkur, Bipa a Penny podpoří Rewe tamější rychle se vyvíjející trhy. Kromě oblasti maloobchodu s potravinami se koncern hodlá zaměřit nově na oblast turistiky. Nový mluvčí představenstva Martin Lenz chce „zlepšit a vystavět silnou pozici značky celého podniku, abychom tak dosáhli stále výnosnosti.“ Cílem „interna-

(Pokračování na stránce 2)

Promotion agentury mají etický kodex

Minulý týden ve čtvrté se na jednání sekce Sales promotion při Asociaci komunikačních agentur (AKA) zástupci členských agentur dohodli na změně názvu sekce. Od této chvíle ponese název Sekce Integrated BTL (Sekce integrované podlinkové komunikace). Současně členové přijali návrh etického kodexu, jehož autorem je Promotional Marketing Council při Evropské asociaci komunikačních agentur (PMC EACA).

Na základě přijetí kodexu českými členskými agenturami bude postavena žádost o vstup do promotion sekce při evropské asociaci. Podle dohody s vedením AKA bude členský poplatek hrazen z fondu AKA. Výsledkem setkání bylo také zvolení předsednictva sekce. Předsedou se pro rok 2006 stal Petr Václavěk (Arc Worldwide) a místopředsedy Michal Charvát (Ogilvy Promotional Campaigns) a Petr Frey (Draft). Zástupci všech agentur se dohodli na přípravě závazných kritérií, na jejichž základě bude možné postupovat při přijímání nových zájemců o členství v Sekci Integrated BTL. Současnými členy sekce jsou Ogilvy Promotional Campaigns, Arc Worldwide a od února nově rovněž Lead, Draft a Linea Recta.

Kinder s fotbalovými postavkami

Společnost Ferrero Česká připravila pro letošní rok novinku v podobě 15 magnetických fotbalových postavček Magicsport, které lze nyní nalézt v Kinder vajíčku. Jsou to: Orangutan Gongo, liška Flash, lev Leon, kráva Danny, beran Matt, býk Paco, medvěd Waldo, kohout Ronnie, kůň Harry, šimpanz Champ, bizon Billy, tygr Aldo, slon Ely, nosorožec Ryno a zebra Zibbo. Jejich prostřednictvím si děti mohou se svými kamarády uspořádat fotbalové turnaje, při nichž zažijí spoustu legrace a hráčské rivality.



Pokuta stále hrozí

České republice stále ještě hrozí sankce za takzvané nadlimitní zásoby potravin, a to ve výši zhruba 1,4 mld. Kč. Podle Evropské komise si ČR před vstupem do unie ponechala příliš velké zásoby másla, vepřového a hovězího masa, některých ovocných konzerv, džusů, rýže nebo tabáku. Společenství totiž reguluje i trh se zemědělskými produkty a nadměrné zásoby podle bruselských úředníků rovnováhu na společném trhu ohrozily. „Unie nám ale neřekla před vstupem, kolik čeho můžeme mít. Přišla s limity až dlouho potom. Je to na hlavu postavené,“ tvrdí ředitel Potravinářské komory Miroslav Koberna. Podobně postižení mají být i další noví členové unie, snaží se ovšem hrozbu odvrátit. Potravinářská komora jednala o možnosti přesvědčit Brusel mimo jiné také s europoslancem za ODS Janem Zahradilem.

Rok značky Loctite startuje TV kampaň

Muž přilepený za podrážky bot ke stropu v televizním spotu demonstruje ještě větší lepicí sílu nových sekundových lepidel Loctite od společnosti Henkel ČR.

Několikatýdenní kampaň na obrazovkách TV Nova odstartovala v polovině února a předznamenala další aktivity, které společnost v rámci roku značky Loctite plánuje. Letošek zasvětila firma Henkel sekundovým lepidlům Loctite vzhledem ke zcela nové receptuře, která razantně zvýší jejich lepicí sílu.

„Pět- a dvacetisekundové spoty pro letošní kampaň, ve kterých divákům ukážeme přilepení dospělého muže lepidlem Loctite jen za podrážky bot, se točily v Německu a budou vysílány v několika státech Evropy,“ doplňuje Michaela Švehlová, brand manažerka značky Loctite ze společnosti Henkel ČR.



Obliba lepenky stále trvá

Stabilní formu si drží česká veřejnost ve spotřebě obalů z vlnité lepenky. Potvrzují to výrobci těchto ekologických obalů sdružení ve Svazu výrobců vlnitých lepenek (SVVL), kteří loni uvedli na trh přibližně stejné množství obalů jako v roce 2004.

Po letech výrazného růstu sice přinesl rok 2005 nepatrný pokles objemu prodeje, a to konkrétně o 1 %. Ten je ale zejména způsoben 10% poklesem exportu. Členové SVVL v roce 2005 prodali více než 283 500 tun vlnité lepenky. V roce 2004 to bylo 286 700 tun obalového materiálu. Pokles má na svědomí především snížení exportu ekologické suroviny do zahraničí, jehož objem dosáhl v roce 2005 výše 61 084 tun.

(Pokračování ze stránky 1)

„cionalizační“ strategie je pokryt supermarketů a diskontů typu Penny market bílá místa na některých trzích. Například v západním Rakousku taková místa stále existují. Nový corporate branding mění koncernu jeho vnější prezentaci, přičemž na samotné značce se v Rakousku nic nemění.

V budoucnu vstoupí skupina Rewe na rakouský trh pod názvem Rewe Group Austria. Nové logo se skládá z nápisu Rewe Group umístěného v šedém čtverci doplněném o malý červený čtverec (symbolizující oblast obchodu) a o žlutý čtverec (symbolizující oblast turistiky).

Nová služba, nový rozsah

Společnost DHL, která je součástí největší logistické skupiny na světě DPWN, začala nabízet do velkých měst a obchodních center v deseti zemích Dálného východu novou expresní službu, kdy zásilka dorazí na místo určení před polednem druhý následující pracovní den po dni odeslání. Služba Doručení do 12.00 se týká zásilek, které nepodléhají celnímu řízení v zemi příjemce, a je možné ji využít také v opačném směru – ze zemí Dálného východu do Evropy. DHL je prvním expresním přepravcem, který tuto službu nabízí v takovém rozsahu.

„Naši zákazníci stále více požadují pro své urgentní zásilky do Asie časově garantované dopolední doručování. Služba Doručení do 12.00 představuje jedinečné spojení mezi více než stovkou měst ve 22 evropských zemích a hospodářskými centry v Asii,“ říká Bill Blomquist, ředitel pro Marketing & Sales, DHL Express Europe.

Lidl ve švýcarském Weinfeldenu

Plánovaný vstup diskontu Lidl na švýcarský trh nabývá konkrétních podob. Poté, co v minulých dnech uzavřel tučty smluv týkajících se lokalit budoucích filiálék a dosud shromáždil přes dvacet stavebních povolení, hledá nyní Lidl sídlo pro své rozdělení německo-švýcarské centrum ve švýcarské oblasti Weinfelden.

Plánované centrum má nabídnout 200 volných pracovních míst, k čemuž se má přidat 150 míst v hlavním sídle firmy. Lidl by chtěl z oblasti Weinfelden zajistit zásobování pro odhadem 50 až 70 filiálék. Druhé rozdělení německo-švýcarské centrum se plánuje ve švýcarském kantonu Freiburg.

Lekkerland expanduje do Polska

Lekkerland skoupil celkový podíl v polském velkoobchodu Milo se sídlem ve Varšavě. V současné době dosahuje Milo obratu ve výši 710 mil. eur. S téměř 750 spolupracovníky, dvanácti závody a 250 vozidly patří Polsko k největším zemím skupiny Lekkerland. Podnik zásobuje především obchody na čerpacích stanicích, velkoobchody Cash & Carry a maloobchody tabákovými výrobky, nápoji, sladkostmi a dalšími konvenience produkty.

Gambrinus změnil dres

Dne 20. března začal Plzeňský Prazdroj stáčet pivo Gambrinus do nových lahví. Půllitrové lahve pro všechny varianty nejoblíbenějšího piva jsou z hnědého skla, tzv. typ Gold, a používají je i jiné pivovary skupiny SABMiller. Láhev je o pětinu lehčí, což u celé basy znamená snížení váhy skoro o dva kilogramy. Významné změny doznala i etiketa: vyznačuje se dynamičtější kombinací barev a designem při zachování základních prvků tradičního loga značky. V průběhu příštích týdnů se budou postupně nahrazovat také stávající přepravky Gambrinus. Cílem je zviditelnění na prodejní ploše a výrazné odlišení od konkurence.



Sloučení výrobních provozů

Společnost Pivovary Staropramen oznámila záměr sloučit výrobní provozy pivovarů Staropramen a Braník. Výroba piva bude v pivovaru Braník v prvním čtvrtletí roku 2007 ukončena a bude pokračovat v pivovaru Staropramen. Výrobní technologie z pivovaru Braník bude přemístěna do pivovaru Staropramen. Sloučení výrobních provozů obou pivovarů v pivovaru Staropramen umožnila rozsáhlá modernizace pivovaru Staropramen.

„Modernizace výroby je vzhledem k neustálému růstu výstavu našich pivovarů nezbytná. Pivovar Braník dosáhl v současné době maxima své kapacity a další modernizace provozu je vzhledem k jeho uzavřené poloze a skutečnosti, že se jedná o kulturní památku, vyloučena. Staropramen prošel v posledních letech několika fázemi modernizace a má potenciál pro další rozvoj. Zároveň je v pivovaru Staropramen dostatečný prostor pro umístění výrobní technologie z pivovaru Braník,“ vysvětluje František Šámal, výrobní a technický ředitel společnosti Pivovary Staropramen.

Voda proti ptačí chřipce klamala?

Obchodní řetězec Hypernova stáhl v únoru z prodeje nápoj Fromin Aktimun, který má na etiketě nápis, že je prevencí proti ptačí chřipce. Státní zemědělská a potravinářská inspekce zakázala tento produkt už v půlce ledna. Firma Aquamat, která vodu vyrábí, má podle manažera Ivana Novotného v rukou dokumenty odborníků, kteří tvrzení uvedené na etiketě podporují: „Nápoj je prevencí proti jakémukoli nákaze virového původu, tedy i ptačí chřipce.“ Připustil však, že na nových etiketách se nápis už neobjeví. „Ochranný nápoj Fromin Aktimun obsahuje kromě pramenité vody a vitamínu C také nukleotidy, které jsou klinicky testovaným preparátem posilujícím imunitu a zvyšujícím odolnost organismu proti virovým onemocněním,“ dodává mediální zástupce Aquamatu Roman Bajčan. Výrobci přesto hrozí za údajně klamání spotřebitele až 10milionová pokuta. Odborníci uvedené údaje označují za lživé, a výrobce se tedy podle nich dopustil klamavé reklamy.

Centrum Černý Most a hokejová show

Obchodní centrum Černý Most v Praze hostil v sobotu 25. února v rámci projektu Jde se na hokej! hokejovou roadshow HC Slavia Praha V odpoledních hodinách se část komplexu nákupního a zábavního centra proměnila v hokejovou arénu s řadou akcí. Součástí ledové show byla i autogramiáda vybraných hráčů extraligového teamu Slavia. Roadshow projektu Jde se na hokej! je jedním ze čtyř pilířů celého projektu, který má za úkol spolu s volbou Sympaťáka, Charitou a Fly Teamy podpořit návštěvnost hokejových utkání. „Prioritou celého projektu je především charitativní sbírka, kdy za každého přichozícího návštěvníka extraligového stadionu poputuje jedna koruna od partnerů na konto konkrétního dětského domova v daném městě,“ doplňuje Jana Obermajerová, ředitelka agentury BPA sport marketing, která projekt spolupořádá. Partneři projektu jsou: Budějovický Budvar, Česká pojišťovna, Český Telecom a Tipsport.

Další ze série odborných konferencí **RETAIL IN DETAIL** podporujících úspěšné podnikání na maloobchodním trhu, tentokrát na atraktivní téma **EFFICIENT PROMOTIONS**, připravuje poradenská firma **INCOMA Consult**. Tato odborná událost se uskuteční **22. 3. 2006** v konferenčních prostorách **andel's hotelu Praha**. Podrobné informace včetně on-line přihlášky a možnosti propagace jsou k dispozici na www.retail21.cz/retailindetail/efficient_promotions.

LCD štítky pro Carrefour

Jako formu dalšího zlepšení svých trhů zvolil řetězec Carrefour štítky z tekutých krystalů (tzv. electronic shelf labelling) od švédské firmy Pricer. Za zhruba 15 mil. dolarů bude nyní těmito štítky vybaveno 71 francouzských hypermarketů. S akcí se mělo začít v únoru a trvat by měla předběžně do konce roku.

Řetězec Carrefour používá systém Pricer ve vlastní režii ve 45 z celkového počtu 179 hypermarketů už od roku 2004. Proto dostal švédský systém nabídku vybavit další hypermarkety nejenom ve Francii, ale také v Itálii a ve Španělsku. Ve druhé polovině loňského roku získalo tento systém dalších 60 francouzských hypermarketů. Po ukončení třetí vlny by měl Pricer mít ve francouzských hypermarketech řetězce Carrefour nainstalováno celkem 8,5 mil. štítků.

Lidl na cestě na Maltu

Podle časopisu Business Today má v brzké době Lidl vstoupit s diskontními prodejny na maltský trh. Řízeny by měly být italskou pobočkou. Výstavbu podpořila částkou 55 mil. eur Evropská investiční banka.

Vedle italského podniku Sisa (od roku 2004) by byl Lidl druhým evropským obchodním podnikem, který se na ostrově usadí.

Personálie

- Agentura na podporu obchodu CzechTrade bude mít od 15. března nového generálního ředitele. Dosavadní ředitelku Jitku Hanzlíčkovou, která odchází do soukromého sektoru, vystřídá v čele agentury Ivan Jukl, který byl od roku 2000 obchodním radou českého zastupitelského úřadu v Dánsku.

- Poprvé v historii společnosti Dimar stanula v jejím vedení žena. Na pozici výkonné ředitelky nastoupila Milena Linhartová. Jejím hlavním úkolem je řízení a rozvoj společnosti, hledání nových příležitostí pro postupné rozšiřování korporátní klientely, využívání synergických efektů skupiny TNT N.V. (divize Mail) v České republice a v regionu střední Evropy. Milena Linhartová má za sebou profesní kariéru na různých manažerských a ředitelských pozicích ve firmách T-Mobile, Český Telecom nebo Český Mobil.

- Novým obchodním ředitelem společnosti Bosch Diesel se od dubna stane Jörg Pollak. V čele největšího podniku na Vysočině vystřídá Kerstena Janika, který v Jihlavě působí čtvrtým rokem.

- Na pozici obchodního a marketingového ředitele mobilní divize Samsung Electronics pro Českou republiku a Slovensko bude působit Kamil Vacek. Od roku 2002 byl majitelem a ředitelem firmy Kiboon Electronics – generálního importéra Samsung Mobile Phones pro ČR a SR.