

line REGAL

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 17/07, 9. 5. 2007

Tesco otevře malé prodejny

Společnost Tesco Stores ČR plánuje od června otvírat maloformátové obchody Tesco Express. První prodejnu o velikosti 300 m² chce otevřít v Praze. Do dvou let by u nás, převážně v hustě obydlených oblastech, mělo podobných míst prodeje fungovat deset. V obchodech určených pro rychlý nákup se budou prodávat pouze potraviny, ale Tesco nebude v jejich případě uplatňovat strategii nejnižších cen jako u hypermarketů.

„Bude záležet na tom, jaká bude v okolí těchto prodejen konkurence a cenová hladina. Nicméně budeme se snažit, aby i ceny v prodejnách Tesco Express byly co nejnižší,“ doplňuje mluvčí firmy, Jana Matoušková.

Koncept obchodů Tesco Express vychází z úspěšného modelu, který od roku 1997 provozuje mateřská společnost Tesco ve Velké Británii. Zatímco např. v největším českém hypermarketu Tesco v Praze-Letňanech je k dostání zhruba 60 tisíc položek zboží, v malých prodejnách Tesco Express jich bude přibližně 2000. Tesco se dříve u nás orientovalo na výstavbu hypermarketů s prodejní plochou nejméně 3000 m². Předloni v Mikulově zkušebně otevřelo první menší supermarket o rozloze 1000 m². Nyní má Tesco v ČR díky loňskému převzetí 27 prodejen Edeka již 32 supermarketů.

Pod sloganem „Tesco, váš zodpovědný soused“ také firma představila Plán zodpovědného soustředění zahrnující čtyři hlavní oblasti: péči o životní prostředí, propagaci zdravého životního stylu, podporu neziskového sektoru a snahu stát se součástí komunity. Jeho přípravě předcházela řada výzkumů realizovaných s několika agenturami. „Vyplynulo z nich, že 81 % našich zákazníků zajímá, jestli obchod, ve kterém nakupují, dělá ještě něco navíc, než jen nabízí zboží a služby,“ informuje Jana Matoušková. V rámci programu bude retailer připravovat sérii aktivit spojených jednotným logem. Kromě jiného chce zákazníkům pomoci zlepšit stravovací návyky a celkový životní styl. V této souvislosti od poloviny května nabízí novou řadu výrobků s názvem Tesco Healthy Living. Zatím sestává 52 výrobků s nižším obsahem tuku, cukru a soli. Na jejich obalech bude uváděno přehledné nutriční značení. Kromě toho přichází na trh také se 42 výrobky v oblasti sportovního vybavení a sportovního náčiní. Budou uvedeny pod názvem Tesco One Body.

Kampaň v dm slaví patnáct let

Společnost dm – drogerie markt začátkem května spustila kampaň na oslavu 15 let působení na českém trhu. Je spojena s podporou mateřských škol a potrvá do konce prázdnin. Každá z více než stovky prodejen již před zahájením kampaně navázala spolupráci s jednou mateřskou školkou ve svém okolí, které přislíbila finanční dar v podobě poukázky na nákup hraček v minimální hodnotě 20 tisíc Kč, nicméně celková výše se bude mj. odvíjet od příspěvků ziskových z prodeje vybraných výrobků, z nichž bude odváděna 1 Kč na tento projekt (zařazeno zhruba 200 výrobků napříč sortimentem). Školky budou moci hračky nakupovat u největšího distributora hraček v ČR Global Express. Kampaň bude komunikována v místě prodeje, ve školkách, v zákaznickém časopise, v tisku (včetně vkladů), v rozhlasu a na internetu. Kampaň provází i spotřebitelská soutěž.



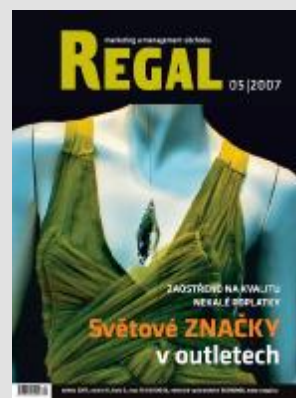
GE Money Multiservis



Obchodník roku 2007

GE Money Multiservis Obchodník roku 2007 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 5. ČÍSLE MĚSÍČNÍKU REGAL

MIMO JINÉ NAJDETE:

- Světové značky v českých outletech
- Aldi válkuje Evropu
- „Diktatura“ trvá a přitvrzuje
- Nealko žije boomem ledových čajů

Regal 5/2007 vyjde 14. května
Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Coop s Y&R bojí proti obezitě

Novou kampaň proti obezitě, nazvanou Přiživ svou pohodu, spustil koncem dubna italský maloobchodní řetězec Coop. Na kampani spolupracoval také Inran (italský národní institut pro výzkum potravin a výživu) a další asociace zabývající se zdravou výživou a sportem. Kampaň chce přimět zákazníky, aby výběrem vhodných potravin předcházeli obezitě a vyhýbali se zahálčivému způsobu života. Kreativita z dílny reklamní agentury Young & Rubicam používá na vizuálech pásové dopravníky plné zdraví prospěšných potravin, který se promění v gymnastický koberec.

Mléčné výrobky do Pobaltí

Mlékárna Kunín začala vyvážet své zboží do Pobaltí. Do konce letošního roku pošle do Estonska, Litvy a Lotyšska výrobky za přibližně 15 mil. Kč. Mlékárenská firma loni utržila 1,9 mld. Kč, přičemž z exportu získala 17 %. „V první fázi jde o mléčné rýže. Už nyní ale jednáme o dodávkách mléčných cereálií, což je novinka i na českém trhu,“ dodává ředitel firmy Zbyněk Gebauer. Kunín bude do Pobaltí vyvážet přes obchodní firmu.

Jarní inspirace v barvách zábavy

Obchodní centrum Letňany pro jaro připravilo imageovou kampaň plnou barev a optimismu. Kdo se od začátku dubna přiblížil pražské čtvrti Letňany, nemohl minout billboardy s jarní kampaní Obchodního centra Letňany. Největší obchodní centrum v ČR šíří optimismus na billboardech, v tisku a v rozhlasu. Letňanské jaro je především plné slunce. Vizualy září oranžovou barvou a kromě motivu spokojené matky s dítětem se kampaní nese motiv rozkvetlé slunečnice. Sloganem tiskové kampaně je „Jarní inspirace v barvách zábavy“, spoty v rádiu obsahují tradiční slogan „Dejte životu barvu“. Obchodní centrum Letňany kampaní posiluje image moderního centra, do kterého návštěvníci míří za zábavou a módou světových značek.

O zlatý pohár veletrhu 2007

Celkem 420 vín z 16 zemí přihlásili výrobci a dovozci do 10. ročníku mezinárodní soutěže vín O zlatý pohár veletrhu Víno&destiláty 2007. Prestižní ocenění Champion – Cena premiéra ČR letos získala společnost Vinselekt Michlovský Rakvice za víno Pálava, pozdní sběr, ročník 2006. Cenu ministra zemědělství ČR za druhé nejvýše ohodnocené víno získala dvě červená vína: Merlot, ročník 2006, společnosti Terra Tangra z Bulharska a Anakena ONA Cabernet Sauvignon, Merlot, Carmenère, ročník 2005 z produkce vinařství Agricola Y Forestal Arco Iris z Chile. Bulharské víno do ČR dováží společnost Winecolor a víno z Chile firma TRUMF International.



Nesmiřitelné malé pivovary

Český svaz malých nezávislých pivovarů se podle informací ČTK nehodlá smířit s tím, že ministerstvo průmyslu a obchodu loni přiznalo největšímu domácímu výrobcí piva Plzeňskému Prazdroji investiční pobídku 669 mil. Kč formou slevy na dani z příjmů. Pokud stát rozhodnutí nepřehodnotí, hodlá si svaz stěžovat i v Bruselu, tvrdí jeho prezident Jiří Fusek. Podporou velkým hráčům na pivním trhu se zabývalo i jednání zástupců Evropského svazu malých nezávislých pivovarů. Podle představitelů německé organizace malých výrobců Rolanda Demleitnera by v Německu takové rozhodnutí státu bylo nemyslitelné, protože by prý šlo proti evropskému právu.

Kampaň proti alkoholu za volantem

Nealkoholické pivo Radegast Birell z portfolia společnosti Plzeňský Prazdroj bude po celý květen nabízet řidičům, aby nepili alkohol před jízdou. Na 17 rozhlasových stanicích mediálního zastupitelství MMS po celé ČR poběží osvětové spoty, soutěže a objeví se také rádiorhličky v ulicích. Řidiči ochutnají nealkoholické pivo Radegast Birell, a budou-li znát principy odpovědného chování za volantem, čekají na ně další drobné dárky. Celkem Radegast Birell osloví řidiče více než 1500 spoty a soutěžemi a 476 hodinami rádiorhliček s ochutnávkou v ulicích.

Rodinná hra O poklad Toffifanie

Společnost Storck přichází na trh s novou promotion na podporu bonboniery Toffifee. Ke každému trojbalení klasického Toffifee 125 g bude v duchu sloganu „Radost se skrývá v Toffifee!“ přibalena rodinná hra O poklad Toffifanie, hrací figurky a hrací kostka.

Během putování za pokladem na ostrově bude děti doprovázet želvák Tofik a želva Tofka. Balení je určeno jako malá pozornost pro děti ke Dni dětí nebo odměna za vysvědčení. K dostání bude v květnu a v červnu.



Pět hektarů Zelené zóny a biokoridoru

Nákupní a zábavní centrum Olympia v Modřicích u Brna představilo záměr další fáze svého rozvoje – tzv. Fázi 4. Ta by měla ze současného komplexu vytvořit okružní pasáž a propojit tradiční komerční plochu se zelenou zónou volného času a relaxace v parku. Projekt pro tyto účely počítá se Zelenou zónou a biokoridorem o celkové rozloze 5 ha navazujícím na koryto řeky Svratky. Stejně jako u předchozích projektů rozvoje brněnské Olympie stojí za konceptem této fáze britský architekt Clark Geddes, realizační fáze byla svěřena brněnskému Arch Designu.

Objednejte si ZDARMA ukázkový výtisk odborného měsíčníku REGAL na internetové adrese www.eregal.cz nebo e-mailem na predplatne@economia.cz, případně telefonicky na čísle 800 11 00 22.

PRÁVNÍ RÁDCE **HRM**
HUMAN RESOURCES MANAGEMENT

vás zvou na konferenci

**Flexibilní formy zaměstnávání
– trendy, příležitosti a rizika
6. června 2007**

v prostorách PricewaterhouseCoopers
Kateřinská 40/466, Praha 2

Registrace a více informací na
www.pravniradce.ihned.cz/konference

economia
OBSAH ROZHODUJE

První obchod se jménem Tesco

Britská maloobchodní společnost Tesco chce posílit postavení na japonském trhu a otevřít první obchod pod vlastním jménem. Společnost nyní v zemi provozuje kolem 100 supermarketů pod značkou Tsurukame, kterou získala převzetím místní firmy. Podle editora bulletinu Japan Consuming Royce Larka by Tesco mohlo mít s novým formátem na japonském trhu úspěch, protože v zemi zatím maloobchodní skupiny neprovozují obchody s potravinami malého formátu.

První kvartál v Indesit Company

Představenstvo společnosti Indesit Company, výrobce domácích spotřebičů, zveřejnilo hospodářské výsledky za první čtvrtletí 2007. V porovnání se stejným obdobím v roce 2006 vzrostl čistý zisk společnosti o 92,5 % na 23 mil. eur a prodeje vzrostly o 9 %. Ukazatel EBIT dosáhl hodnoty 46 mil. eur, což je 74% nárůst oproti stejnému období v roce 2006.

Marco Milani, generální ředitel firmy, potvrzuje, že se prodeje společnosti vyšplhaly na 759 mil. eur, což je o 9 % více ve srovnání se stejným obdobím loňského roku. Celkové zadlužení společnosti se tak snížilo o 11,6 % na 542 mil. eur.

Synovate: globálně spolu s GMI

Globální marketingová výzkumná agentura Synovate vstoupila do celosvětového partnerství s GMI (Global Market Insights, Inc.), poskytovatelem spotřebitelských panelů a softwaru pro výzkum trhu. Synovate tak může oslovit více než 6 milionů lidí na celém světě zařazených do spotřebitelského panelu. V kombinaci s již existujícími panely ViewsNet poskytuje toto partnerství Synovate přístup k panelovým výzkumům na více než 50 trzích.

„On-line výzkum poskytuje našemu oboru obrovské možnosti. Zatímco dnes tvoří pouhých 15 % všech zakázkových výzkumů, jeho tempo růstu je fenomenální,“ říká Adrian Checkre, výkonný ředitel Synovate.

Klimatex – nová prodejna v Brně

Společnost Klimatex, český výrobce funkčního prádla, otevřela v Brně novou prodejnu, jejíž součástí je také prezentační místnost. Firma v posledních týdnech představuje novou marketingovou koncepci, která má zviditelnit výrobky společnosti na trhu sportovních oděvů a zároveň představit novou produktovou řadu. Čtyři podlaží (dvě podzemní a dvě nadzemní) brněnské prodejny tvoří přes 200 m² obchodní a skladové plochy. Reprezentační prodejny obdobného charakteru hodlá firma otevřít také v Ostravě, v Plzni, v Českých Budějovicích a v Bratislavě. „Nemalé úsilí vkládáme i do designu nových produktů. Již nyní mohou prozradit, že během května se na pultech vybraných obchodů objeví naše nová high-tech řada Fénix,“ říká Jiří Procházka, odpovědný za marketing a PR firmy.

Mobilmánie s Fantazií

Značka Bohemia připravila pro konzumenty nové řady produktů Fantazie promotion Mobilmánie. Od 14. května do 24. června mají možnost každý den vyhrát novinky na českém trhu, multifunkční mobilní telefony LG KP202 nebo LG Shine. Mohou je získat ti spotřebitelé, kteří odešlou v jeden den nejvíce výherních kódů ukrytých v sáčcích produktů řady Fantazie – solená Kouzelná srdce, Magické triangle s příchutí papriky a Ohnivé kroužky s příchutí chilli. Navíc každý může vyhrát vyzvánění do mobilu.

„Celá promotion je koncipována tak, aby mladé lidi co nejlépe oslovila, a to jak výběrem cen, tak jednoduchým principem založeným na zaslání kódů formou SMS,“ říká Lenka Pošarová, marketingová manažerka společnosti Intersnack.

Licenční produkty Shrek Třetí

Společnost Efko, český výrobce hraček a společenských her, uvede v květnu na tuzemský a zahraniční trh licenční řadu produktů s motivy Shrek Třetí. Produktová řada, která obsahuje puzzle, deskové hry, magnetky ad., je inspirována motivy a postavami stejnojmenného filmu. „Licence na produkty Shrek Třetí je pro naši společnost historicky první licencí, kterou jsme zakoupili nejen pro český a slovenský trh, ale i pro zahraničí. Výrobky plánujeme exportovat do Maďarska a Polska,“ říká majitel firmy Miroslav Kotík. „Řadu na českém a slovenském trhu podpoří prodejní a zábavné akce připravované k dětskému dni 1. června. Ty organizujeme společně s vybranými obchodními centry, specializovanými prodejny hraček, školami a školkami po celém Česku a Slovensku,“ dodává.



Heidi Klum – nová tvář 3Weather Taft

Značka vlasové kosmetiky 3Weather Taft má novou tvář, německou supermodelku Heidi Klum. Pro společnost Henkel je to poprvé, kdy v rámci podpory svých výrobků navázala spolupráci se světově známou osobností. Tuto změnu proto budou od června provázet rozsáhlé podpůrné aktivity. „Plánujeme dvě vlny televizní kampaně. Reklamní spoty propagující novinku Taft Volume Power, ve kterých bude vystupovat Heidi Klum, budou vysílány od 18. června do 13. srpna a od 1. října do 12. listopadu,“ uvádí marketingová ředitelka Henkel ČR Renata Maternová. „Dále budeme Taft masivně podporovat na místě prodeje. Připravili jsme stojany s megamaketami Taftu, spotřebitelské brožurky s tipy Heidi Klum a wobblersy s její tváří, které umístíme v prodejnách po celé České republice. Ve vybraných řetězcích navíc budou součástí podpory také podlahové samolepky, plakáty do košíků nebo obrandovaná akční čela,“ doplňuje Maternová.

Staropramen zaostřil na pražský outdoor

„Anděl ze Smíchova“ nebo „Praž 10“ jsou některé titulky z posterů značky Staropramen, které od 1. května zdobí pražské ulice. V duchu své nové kampaně „Kdy jsi naposledy udělal něco jinak?“ připravil Staropramen osm návrhů obřích venkovních ploch. „Každý z těchto návrhů si určitým způsobem pohrává s lokalitou, kde se zrovna nachází. Mezi headliny se proto objevují věty jako 'Jeď na Kulaták' nebo 'Běž si sednout na Pankrác', doprovázené fotografiemi orosených püllitrů,“ říká Martin Jahoda z oddělení marketingu Pivovarů Staropramen. Po odhalení dvou obřích „püllitrů“ na Hlávkově mostě je to další zpeřčení venkovní reklamy této značky v Praze.

Koncern TNT spojuje tři firmy

Společnosti TNT Express ČR, TNT Post ČR a TNT Innighit ČR spojují své síly a pod jednou značkou nabízejí mezinárodní expresní přepravu, poštovní služby i doručování v nočních hodinách a kvalitní tuzemskou přepravní síť. „Pokud spojíme služby všech našich tří společností, tak na trhu nemáme konkurenci. V této síle máme schopnost poskytovat zákazníkům servis po celých 24 hodin 7 dní v týdnu,“ tvrdí generální ředitel TNT Express Petr Chvátal.

Tesco chce v USA 100 obchodů

Britský maloobchodní řetězec Tesco chce do února příštího roku otevřít na americkém trhu až 100 obchodů s názvem Fresh & Easy. Budou menší než tradiční supermarkety a zaměří se především na prodej hotových jídel. Tesco v nich bude prodávat i více čerstvých potravin a nabídne ekologičtější výrobky.

„Chceme prodávat čerstvé a zdravé potraviny. Toto nebude o pivo a čipsech,“ řekl na konferenci v Las Vegas ředitel projektu Fresh & Easy Neighborhood Market Tim Mason. V Las Vegas a dalších třech městech ve Spojených státech amerických se tyto obchody objeví ještě v letošním roce. Všechny potraviny, které bude Tesco v obchodech Fresh & Easy prodávat, budou například bez transmastných kyselin, které škodí oběhovému systému.

Výrobky z těchto obchodů nebudou mít umělá barviva ani umělé příchutě. Pivo a víno v nich sice bude možné koupit, nikoli však cigarety.

Sedmoi Kontinent expanduje

Ruský retailer Sedmoi Kontinent oznámil své plány otevřít tři nové hypermarkety do roku 2009. Společnost vstoupila do joint venture s developerem Tashir, který by měl vytvořit shopping a zábavní centra ve Vologdi, Petrozavodsku a Korstomě s celkovou plochou 150 tisíc čtverečních metrů.

„Hypermarkety Naš gipermarket by měly v těchto nákupních galeriích zabírat asi 38 tisíc čtverečních metrů. Aktivní expanze do těchto regionů je jednou z našich priorit v následujících letech,“ řekla výkonná ředitelka Galina Ilyashenko.

J. Martins otevře 1000. prodejnu

V posledním tiskovém prohlášení uvedl výkonný ředitel portugalského retailera Jerónimo Martins, Luis Palha da Sliva, že společnost plánuje otevřít v Polsku tisíce diskontní prodejny Biedronka do konce roku. Da Sliva rovněž odhalil další plány společnosti. Ročně by chtěli otevřít 100 až 120 nových prodejen, a to v následující tříleté periodě.

Prodejny Biedronka minulý rok navštívilo 421 milionů lidí a v letošním roce retailer očekává, že se návštěvnost přehoupne přes 500 milionů.

Aldi Nord prodává tisk

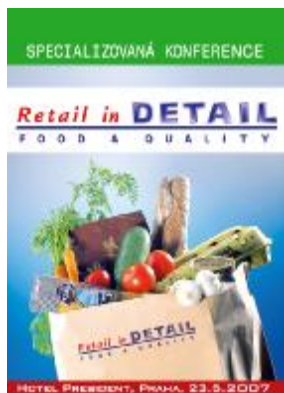
Společnost Aldi Nord zkouší v Německu prodej novin a časopisů ve svých diskontních prodejnách.

Podle Lebensmittel Zeitung to byl Lidl, který první vydláždil cestu pro tento prodej, když našel jednoduchou cestu, jak snížit náklady spojené s prodejem tiskovin. V Německu existuje zákonná cena, takže retailer nemůže prodávat tiskoviny pod cenou udanou nákladatelem.

Retail in Detail – Food & Quality

Další specializovanou konferenci z tematické řady Retail in Detail, která se již několik let systematicky věnuje aktuálním trendům na maloobchodním trhu, tentokrát s názvem Food & Quality, připravuje společnost Incoma Consult. Uskuteční se 23. května v pražském Hotelu President. Mimo jiné nabídne informace o trendech ve spotřebě a nabídce potravin ve světě i u nás, včetně vývoje biotruhu. Přinese i případové studie z ČR a ze zahraničí dokumentující, jak se důraz na kvalitní potraviny či rozšíření sortimentu o bio výrobky může obchodníkům vyplatit. Na závěr bude poskytnut prostor panelové diskusi o tom, jakými cestami a s jakým úspěchem lze zvýšit kvalitu nabídky potravin v tuzemské maloobchodní síti.

komerční sdělení



Pizza Fest poprvé v Praze

Gastro společenská show pro širokou veřejnost Pizza Fest, která se již několik let tradičně koná v různých zemích, bude letos poprvé představena i u nás. Soutěž 22 Mistrů pizzaráů z celé České republiky proběhne 9. června na Centrálním tenisovém stadionu Štvanice – ČEZ Koloseum. Pro diváky je také připraven doprovodný program zaměřený především na Itálii a atrakce a soutěže pro děti. Podporu projektu projevila Italsko-česká obchodní a průmyslová komora a Italské velvyslanectví v ČR, záštitu nad projektem poskytl časopis La Cucina Italiana.

Budějovický Budvar – nárůst prodeje i zisku

V roce 2006 se hrubý zisk Budějovického Budvaru meziročně zvýšil o 15 % na celkových 267,2 mil. Kč. Vlastní kapitál podniku byl navýšen o 7 % na 3,788 mld. Kč. Výstav piva se v porovnání s rokem 2006 zvýšil o 5 % a dosáhl 1,152 mil. ha. Na tuzemské výrobě se Budějovický Budvar podílí 5,8 %. „Za největší úspěch osobně považuji meziroční nárůst našeho tuzemského prodeje o 3,3 %, který je téměř dvojnásobný oproti růstu domácího trhu. Výborně si vedl tmavý ležák s meziročním zvýšením o 56 % a také nealkoholické pivo, kterého jsme prodali o 43 % více,“ komentuje výsledky Jiří Boček, ředitel Budějovického Budvaru.

Emco Dance Life Tour 2007

Už popáté hostilo během prvního květnového víkendu brněnské Bobycentrum finále Mistrovství ČR Street Dance a Modern Dance pod názvem Emco Dance Life Tour 2007. Zúčastnily se téměř tři tisícovky tanečníků z 63 českých a slovenských tanečních klubů, proběhlo 160 soutěžních vystoupení v 39 kategoriích a disciplínách. Navíc soutěžilo 90 adeptů na titul Dívka Dance Star. Vyhláškatelem soutěže je Taneční unie ČR, pořadatelem pak brněnský Magic Free Group.

Nákupy za téměř 1,7 miliardy korun

Rostoucí zájem Čechů o praktické formy spotřebitelského financování se potvrdil i na počátku roku 2007. Během jeho prvních tří měsíců financovala společnost Home Credit svým klientům v ČR nákupy v celkové hodnotě 1,697 mld. Kč, což představuje 34% nárůst ve srovnání se stejným obdobím minulého roku. Úspěšné výsledky prvního čtvrtletí jsou mimo jiné dány i zvýšeným zájmem o loňské novinky – hotovostní Telefonní půjčku a kreditní kartu Home Credit. Meziroční nárůst 31 % však zaznamenal i stále oblíbený nákup na splátky. Tomu dominovala již tradičně černá technika a bílé zboží. Dále to byly domácí potřeby, výpočetní technika a nábytek.

Hotel & Spa Management

Nový odborný časopis pro profesionály v hotelovém a lázeňském průmyslu

Objednejte si ZDARMA ukázkový výtisk na www.economia.cz/nazk



economia
OBSAH ROZHODUJE

Bio pořád v kurzu

Podle spolkového programu Ökologischer Landbau (tzv. Ökolandbau) zaštitěného německým ministerstvem zemědělství a výživy se v loňském roce dostaly přes prodejní pulty biovýrobky v celkové hodnotě 4,5 mld. eur. Němcům se bio ještě nepřevedlo: pravidelně si tento typ výrobků kupuje každý pátý obyvatel spolkové země. Obzvláště oblíbené je ovoce, zelenina, vejce a mléčné výrobky. Výrazně k tomu dopomáhá současný a rozšířený trend sehnat biovýrobky také v supermarketech a diskontech.

Rewe Penny má věrnostní program

Diskontér Penny uvede v Rakousku nový věrnostní program s názvem Penny Fan Game. Registrovaní nakupující, kteří se na pokladně prokážou věrnostní kartou, zvyšují svou možnost zaplatit za nákup méně. Šťastní nakupující mohou vyhrát prázdninový pobyt stejně jako 12 tisíc eur nebo snížení ceny nákupu rovnou na prodejné.

Personálie:

- Mezinárodní poradenská společnost DTZ vytvořila nový Retail tým, který bude zodpovědný za poradenskou a konzultační pomoc, nové klienty a správu projektů a také maloobchodní provize. V jeho čele bude Balázs Magyar, dalšími členy budou Petr Valenta jako senior retail agent a Petra Popová na pozici junior retail agent.
- Logistická společnost Maersk Logistics jmenovala nového country manažera skladování a distribuce. Stal se jím Igor Zahradníček, který bude ve své pozici zodpovědný za rozvoj této divize a chod stávajících skladů v Praze, Jaroměři, Olomouci a Pardubicích.
- Generální ředitel nizozemské maloobchodní společnosti Ahold, která v ČR provozuje obchody Albert a Hypermova, Anders Moberg oznámil, že se rozhodl odejít ze společnosti. V jeho funkci ho od 1. července nahradí John Rishton, nynější finanční ředitel Aholdu.
- Společnost TNT Post ČR přivítala ve svých řadách nového obchodního ředitele, Ajoye Chatterjeeho. Přišel ze společnosti Dimar, která je součástí koncernu TNT.
- Xerox Corporation jmenoval s platností od 3. dubna do role prezidenta společnosti a člena ředitelské rady Ursulu Burns, která dosud vedla divizi Business Group Operations se zodpovědností za výzkum, vývoj, marketing a výrobu technologií společnosti Xerox. Jedinou nadřízenou Ursuly Burns je předsedkyně představenstva a výkonná ředitelka společnosti Anne M. Mulcahy, které jsou přímo podřízeny obchodní aktivity firmy, finanční a právní týmy a divize Xerox Global Services.

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.ereg.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) 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.