

REGAL^{line}

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 9/07, 6. 3. 2007

Skanska Property plánuje R6 Logistics Park

Společnost Skanska Property Czech Republic plánuje projekt svého prvního logistického areálu v České republice. Při jeho realizaci bude využívat mezinárodní zkušenosti z výstavby logistických parků v zahraničí, kterými disponuje švédská mateřská společnost. Nový logistický park R6 (R6LP) u obce Jeneč severozápadně od Prahy je novou příležitostí pro umístění skladu, logistického centra či výrobní haly pro lehkou výrobu v blízkosti hlavního města s dopravním napojením včetně železnice a občanskou vybaveností. R6LP nabídne na pozemku o rozloze 42 ha v několika fázích až 170 tisíc m² skladových ploch. Nejmenší pronajímatelná jednotka může být 1500 m², největší hala přesahuje 40 tisíc m². Budovy jsou určeny jednak k pronájmu, jednak k přímému prodeji konečným uživatelům, a proto se počítá jak se spekulativní výstavbou, tak i s výstavbou na klíč pro koncové uživatele. Až 80 % ploch logistického parku může být napojeno na železniční vlečku. Na projekt R6LP bylo začátkem roku vydáno územní rozhodnutí. Po vydání stavebního povolení se dokončení první budovy projektu předpokládá ještě letos.



Blíží informace o projektu

Celková rozloha pozemku: 420 tisíc m²
Potenciál zastavěné plochy: 170 tisíc m² skladových ploch
Celkový počet hal: 8
Velikosti jednotek: 1500 m² - 40 tisíc m²
Investor: Skanska Property Czech Republic
Developer: Skanska R6 Logistics Park
Architektonické řešení: Ateliér 6
Projektanti: Ateliér 6, K4
Generální dodavatel: probíhají výběrová řízení na fázi výstavby
Realitní agent: King Sturge
Fáze projektu: zahájení výstavby: červen 2007
První budova: k dispozici v prosinci 2007
Další fáze: cca 40 tisíc m² ročně
Termín dokončení celého projektu: v horizontu 5 let
Celková výše investice: více než 2 mld. Kč

Datec a Motorola Enterprise Mobility Business spolu

Společnosti Motorola Enterprise Mobility Business (dříve Symbol Technologies) a Datec Retail Solutions oznámily zahájení užší spolupráce. Cílem tohoto partnerství je nabídnout spolehlivé a komplexní řešení logistiky obchodních procesů využívající jak kvalitní softwar, tak i moderní informační technologie.

Společnost Datec Retail Solutions se již několik let zabývá vývojem a realizací aplikačního programového vybavení. Od firmy Motorola odebírá zejména mobilní terminály a čtečky čárových kódů, kterými doplňuje pokladní systémy dodávané převážně do maloobchodních prodejen a retailových řetězců.

Nový web Hnutí za dobrou snídani

Hnutí za dobrou snídani spustilo ve druhé polovině února nové internetové stránky zaměřené na zdravý životní styl, stravování a důležitost snídání, www.hnutizadobrousnidani.cz. Na stránkách nechybí rady a tipy odborníků, anketní otázky či soutěže.

Záměrem značky BeBe Dobré ráno a jejího projektu Hnutí za dobrou snídani je zábavnou formou uživatele vzdělávat o zásadách zdravého stravování a životního stylu. Hnutí za dobrou snídani připraví pro čtenáře tipy na vylepšení jejich stravovacích návyků. Vysvětlí, proč je snídání základním kamenem ke zlepšení životního stylu a doporučí, jakým způsobem využít snídání k co největšímu pokroku v oblasti vylepšení jídelníčku. Nechybí slovníček základních pojmů používaných při stravovacích doporučeních, které bývají často nedostatečně vysvětleny.



VE 3. ČÍSLE MĚSÍČNÍKU REGAL MIMO JINÉ NAJDETE:

- Největší krize v retailu
- Jak doplňovat zásoby v prodejnách
- Žhavá prevence
- Detective marketing

Regal 3/2007 vyjde 14. března
Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Bio pizza Wagner v Německu

Letos v dubnu se v regálech maloobchodů v německé spolkové zemi Sársko objeví speciální bio pizza. Řadou Original Wagner Natur Lust tak výrobce Wagner rozšiřuje svoje portfolio, v němž bio pizza figuruje už od roku 1999.

Její značka Unsere Natur se ale dosud prodávala pouze ve specializovaných, tzv. natur obchodech. Díky nové značce vytvořil výrobce ostrou hranici mezi klasickým maloobchodem a specializovaným obchodem. Zatímco novou řadu bude Wagner prodávat jako bio pizzu v klasických obchodech, starší značka bude platit jako logo v obchodech specializovaných.

Oba výrobky se však odlišují i po stránce receptury a složení. Pizza pro maloobchod se objeví v podobě salámové, čtyř druhů sýra a šampiónové.

Nejllepší firemní značka roku 2007

Titulem Nejúspěšnější firemní značka Německa roku 2007 byla na galavečeru v Mnichově oceněna společnost Miele. Na druhém místě byl loňský vítěz Google, třetí byla značka Porsche.

Iniciátory tohoto ocenění jsou: agentura Serviceplan Gruppe, institut pro výzkum trhu GfK, mediální agentura SevenOne Media, hospodářský týdeník WirtschaftsWoche, Svaz značek a GWP media-marketing. Miele se dostala i do první pětky v kategorii Nejlepší produktová značka.

Vracení lahví – hlavně do automatů

Při příležitosti spolupráce Velkopopovického Kozla s filmem Vratné lahve režiséra Jana Svěráka, který do kin přijde 8. března, provedla tato značka mezi spotřebiteli aktuální průzkum na téma vracení pivních lahví. Podle výsledků dává 57 % nakupujících přednost výkupnímu automatu před živým výkupcem a většinu z nich by nevydalo, kdyby tyto pracovní pozice zcela nahradil automatizovaný strojový sběr lahví. Značka uvedla na trh také speciální balení s potiskem, který avizuje premiéru filmu a jako bonus nabízí filmovou melodii do mobilního telefonu. Kromě toho zve spotřebitele do kin i televizní reklama Velkopopovického Kozla a aktualizovaná etiketa na lahvích, která zobrazuje logo filmu a datum jeho premiéry.

Pardál vyrazil na trh

Dnem 1. března přišlo na trh již avizované nové světlé výčepní pivo Budějovického Budvaru pod značkou Pardál. „Má chuť i další vlastnosti výrazně odlišné od stávajících produktů z nabídky Budějovického Budvaru a bude oslovovat zcela nové zákazníky,“ říká Jiří Boček, ředitel Budějovického Budvaru. Pardál se bude v první fázi prodávat pouze v regionu jižních Čech. O datu uvedení do celostátní distribuce bude rozhodnuto po vyhodnocení výsledků prodeje v průběhu roku 2007. Bude dodáván ve dvou formátech balení – v lahvích o objemu 0,5 l a tradičních KEG sudech 50 l.



Zepter přijme tisíc lidí

Mezinárodní společnost Zepter International, zaměřená na prodej značkových výrobků formou osobního prodeje, odstartovala masivní náborovou kampaň, jejímž cílem je získat tisíc nových spolupracovníků. Posílením sítě prodejců chce firma dosáhnout meziročního navýšení obrátu o 20 %. Ten v roce 2006 činil 800 mil. Kč. Nábor po celé ČR bude na jaře provázet zesílená marketingová kampaň kombinující celoplošnou a regionální reklamu. Inzerce v tisku podpoří letáková reklama v MHD čtrnácti českých a moravských měst. Na kreativním zpracování kampaně se podílela agentura Republica. Zepter hodlá do tříměsíční kampaně investovat celkem 5 mil. Kč.

Prague Outlet Center – stavba zahájena

Nadnárodní společnosti LMS Outlets a TK Development zahájily 1. března v Praze 15 - Štěrboholicích stavební práce na Pražském outletovém centru. Jeho slavnostní otevření je plánováno na 8. listopadu tohoto roku. Nabídne široký sortiment značkových oděvů a doplňků prodávaných se slevami ve výši 30 až 70 %.

Pražské outletové centrum rozšíří stávající štěrboholskou nákupní zónu, kterou dosud tvoří Europark Štěrboholy. Bude zahrnovat 80 značkových obchodů, 12 restaurací, kaváren a provozoven rychlého občerstvení, parkoviště, dětské hřiště i vnější prostory pro vánoční trhy, koncerty apod.



AutoCont je nejlepší Kerio Reseller roku 2006

Kerio Technologies, výrobce bezpečnostního a poštovního softwaru pro malé a středně velké společnosti, vyhlásilo nejlepší obchodní partnery v České republice. Vítězové vycházejí z řad Kerio Certified Business Partnerů a ocenění získali ve třech různých kategoriích. Titulem The Best Kerio Reseller of 2006 se může pochlubit společnost AutoCont CZ, která v minulém roce dosáhla nejvyššího obrátu. „Bezpečnostní a poštovní systém Kerio se stal nedílnou součástí naší nabídky pro střední a menší podniky,“ říká Miloslav Záleský, ředitel pro oblast prodeje produktů.

Organický růst zisku o 12,6 %

Společnost Heineken oznámila, že za celý rok 2006 činil organický růst jejího čistého zisku 12,6 %, což v porovnání s rokem 2005 představuje podstatné zlepšení.

Organického růstu se společnosti podařilo dosáhnout ve všech klíčových parametrech a regionech. Heineken očekává, že tento trend bude pokračovat i v roce 2007, kdy je organický růst čistého zisku odhadován v rozsahu od 10 do 13 %.

Čistý zisk firmy Heineken Holding vyplývající z účasti na společnosti Heineken dosahuje za rok 2006 hodnoty 606 milionů eur.

Půl milionu prodaných balení

Společnost Chivas Brothers, producent skotské whisky a ginu v rámci koncernu Pernod Ricard, oznámila, že whisky The Glenlivet v průběhu roku 2006 dosáhla svého cíle prodat 500 tisíc devítilitrových kartonů, který byl stanoven v roce 2003, kdy se jich prodalo 375 tisíc.

The Glenlivet patří mezi 15 strategických globálních značek koncernu a je teprve druhou single malt whisky na světě, která tohoto milníku, odpovídajícího prodeji šesti milionů lahví ročně, dosáhla. V současnosti je druhou nejpopulárnější prémiovou single malt whisky na světě.

Čtyři oceněné inovace

Již čtvrt století společnost Henkel každoročně uděluje výzkumným, vývojovým, technickým, marketingovým nebo prodejním týmům cenu Fritze Henkela za inovace výrobků, které zaznamenaly mimořádný tržní úspěch. Letos byla udělena čtyřem týmům za: Silan Aromatherapy (aviváž s obsahem esenciálních olejů), Gliss Kur Total Repair 19 (vlasový kondicionér s devatenácti aktivními složkami), Thomsit XXL (podlahová stěrka s velmi nízkým odparem, která vytvoří zrcadlově hladký povrch vhodný k instalaci různých podlahových krytin včetně parket) a Disperse P3 (řada vysoce koncentrovaných speciálních čisticích prostředků na bázi vody pro výrobu vysoce výkonných barevných filtrů pro ploché LCD obrazovky).

Lekkerland a Fitness Company

Firma Lekkerland převzala ochrannou ruku nad veškerým sortimentem nápojů nabízeným německou Fitness Company. Bude zásobovat zhruba 110 fitness klubů po celém Německu.

„Doufáme, že spoluprací se společností Fitness Company budeme moci počítat mezi další typ odběratelského kanálu pro okruh našich zákazníků,“ říká k podpisu smlouvy viceprezident Lekkerlandu Gerhard Sieker. Fitness Company a Lekkerland mají v plánu společně vybudovat další convenience sortiment. Objem obrátu po vzájemné dohodě by měl v následujících dvou letech činit přibližně 2 miliony eur.

Hotel & Spa Management

Nový odborný časopis pro profesionály
v hotelovém a lázeňském průmyslu



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

economia
OBSAH ROZHODUJE

Potravináři mezi oceněnými designéry

Otevřený přístup k designu jako důležité součásti produktových inovací vynesl společnost Karlovarské minerální vody (KMV) až do finále prvního ročníku soutěže českých designérů Czech Grand Design, která vyvrcholila vyhlášením výsledků v pražském Rudolfinu. Nejprestižnější ocenění Grand designér roku obdržel Jiří Pelzl. Jan Čapek získal za PET lahve Mattoni Sport a Aquila Aquagym se sportovním uzávěrem druhé místo v kategorii produktový designér a také v kategorii objev roku. V kategorii výrobce roku se KMV umístily na 3. místě. Ceny Czech Grand Design udělují nezávislí odborníci sdružení v Akademii designu České republiky.

Makro chce radit a pomáhat

V roce 2007 plánuje Makro Cash & Carry ČR pokračovat ve své strategii specializace a zaměřit se na další rozšiřování nabídky kvalitních a čerstvých potravin a finančních služeb. Zákazníkům nabídne i pomoc s přestavbou vzorových obchodů.

„V průběhu roku 2006 jsme provedli mnoho velkých změn, upravili jsme obchodní podmínky, zavedli nový bonusový systém a minimální obrátový limit. Pro klíčové zákazníky jsme připravili speciální programy na míru včetně rozšířené prodejní doby, profesionálního poradenství a školení. Výsledný meziroční nárůst celkové spokojenosti i zvýšení obrátu o 13 % u držitelů zlatých karet a 30 % u držitelů karet stříbrných dokládá správnost našich rozhodnutí,“ uvádí Martin Dlouhý, generální ředitel společnosti. Vliv změn se také promítl do růstu obrátu, který vloni představoval 38,3 mld. Kč oproti 37,5 mld. Kč v roce 2005.

Blesková razítka bez namáčení

Do České republiky přišla nová technologie výroby razítek. Nová razítka se nenamáčí, ale tisknou přímo. Tuto technologii představila společnost Blesková razítka, která má pro Česko exkluzivní zastoupení.

Výroba je založena na principu zábleskového osvětlení speciálního materiálu, který tím změní své fyzikální vlastnosti (flash technology). Přináší i nové rozměry a nový design. Razítko lze vyrobit a předat zákazníkovi během 10 minut od objednávky a již zpracovaného grafického návrhu. A náklady na výrobu jsou výrazně nižší. Razítka jsou v Evropě zastoupena firmou Modico.



Tržby v potravinářství vzrostly na 229 miliard

Tržby domácího potravinářského průmyslu za prodanou produkci loni podle předběžných údajů ministerstva zemědělství meziročně stouply o 1,5 % na 229 mld. Kč. Podle prezidenta Potravinářské komory Jaroslava Camplika tržby třetím rokem v podstatě stagnují. Tvrdí, že důvodem je mimo jiné zosílená konkurence na trhu po vstupu do EU, kdy padly obchodní bariéry. Podle odborníků se loni v tržbách projevil také vývoj cen, za něž potravináři výrobky prodávali. Ty loni klesly o 0,5 %. Největší část tržeb v běžných cenách, zhruba 58,4 mld. Kč, představovala produkce ostatních potravinářských výrobků (např. pečivo, cukr, cukrovinky, těstoviny, čaj, káva a koření). Následovala produkce nápojů s tržbami 52,6 mld. Kč a produkce masa v objemu 45,6 mld. Kč.

Cherokee představila novou kolekci

Značka oblečení Cherokee, která působí v oblasti módy pro volný čas pro celou rodinu a je k dostání exkluzivně v obchodní síti Tesco, představila koncem února novou kolekci na jaro/léto 2007. Zahrnuje módu pro ženy, muže, děti a nezapomíná ani na miminka. Dámská kolekce je vyjádřena barvami od listové zeleně po červené vlčíháků, námořnické pruhy a květinové motivy přinášejí variaci na téma Riviéra. Letní sezonu podkresují etnické motivy. Pánská kolekce se opírá o barvy, jako je blankytně modrá až po žlutou a oranžovou. Dětská kolekce je plná svěžích tónů modré, zelené a žluté. Dívčí kolekci ztělesňují detaily jako volánky či květinové výšivky.

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

CSR je hlavně o image firmy

Vytváření dobrého jména firmy je podle top manažerů v Evropě hlavním cílem aktivit týkajících se corporate social responsibility (CSR). Z výsledků UPS Europe Business Monitor vyplývá, že pro polovinu dotazovaných evropských manažerů (49 %) je potřeba vylepšit reputaci jejich značky a image společnosti nejsilnějším podnětem jejich CSR aktivit. Druhým nejčastěji jmenovaným impulsem bylo získávání a udržení kvalifikovaných lidí. Podle 43 % respondentů tlačí CSR společnosti k tomu, aby reagovaly na požadavky svých stávajících i potenciálních zaměstnanců.

Vyšší obrat i zisky Henkelu

Ve fiskálním roce 2006 vzrostl obrat společnosti Henkel o 6,4 % na 12,74 mld. eur. Mimořádně silný byl organický růst na úrovni 6 %. Provozní zisk se zvýšil o 11,7 % a dosáhl 1298 mil. eur. Ve stejném období se podařilo firmě Henkel Central Eastern Europe (Henkel CEE) zvýšit celkový obrat o 39,7 % na 1,881 mld. eur. Organický růst dosáhl 17,8 %.

Rok 2007 bude ve znamení investiční ofenzívy, do regionu poplyne částka okolo 160 mil. eur. Česká pobočka firmy také zveřejnila výsledky za rok 2006. Přinesl jí obrat ve výši 3,5 mld. Kč, což je téměř o 10 % více než rok předtím.

Personálie:

- Vedení společnosti bauMax na Slovensku převzal Jiří Šulc, který je současně generálním ředitelem Baumax ČR. Thomas Marx, bývalý ředitel Baumax SR, byl pověřen vedením bauMaxu ve Slovinsku a Chorvatsku.
- Do čela firmy Klimó (dceřiná společnost skupiny Kofola Holding) byl od 1. března jmenován Jiří Soural. Přichází přímo z Kofoly, kde pracuje od září 2005 na pozici mezinárodního ředitele pro klíčové zákazníky. Předtím působil téměř devět let ve společnosti Ahold.
- Od 1. března nastoupil na místo marketingového ředitele ve společnosti Kofola Holding Martin Mateáš. Dříve pracoval mj. jako brand manažer ve společnosti Heineken. Do Kofoly přišel před dvěma roky na pozici senior brand manažera značky Rajec pro ČR a SR. V nové funkci bude zodpovědný i za ostatní značky a za tržní politiku Kofola Holding v rámci celé oblasti střední a východní Evropy.
- Monika Labudíková, marketing manager společnosti Rossmann, ukončila k 28. 2. pracovní poměr ve firmě. Vrací se do marketingového oddělení Tesco Stores ČR, kde má údajně pracovat na vybírání prodejen. Její pozice zatím nebyla obsazena. Práci zastává marketingová specialistka Veronika Kladivová společně s novou kolegyní Andreou Petrákovou.

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 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.