

REGAL^{line}

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 19/08, 13. 5. 2008

Obal roku 2008 startuje již 14. ročník

Již 14. ročník soutěže o nejlepší obaly Obal roku 2008 pořádá Obalový institut SYBA. Cílem je zviditelnit nové myšlenky a technologie, které se na českém či zahraničním trhu objevují, prezentovat zajímavá obalová řešení a v neposlední řadě ocenit přínos autorů jejich konstrukce a designu. Do soutěže mohou exponáty přihlásit všichni, kteří se na výrobě obalů podílejí nebo obaly pro své produkty používají. Soutěž je otevřena i konstrukčním kancelářím, designovým studiím a školám. Novinkou pro letošní ročník je on-line elektronická přihláška, kterou najdete na internetových stránkách www.obalroku.cz. Zde jsou také uvedena úplná pravidla soutěže. Uzávěrka přihlášek do soutěže je 31. května 2008. Zasedání hodnotitelské komise v čele s její předsedkyní Janou Lukešovou proběhne v červnu. Komise se skládá z Odborné poroty a Grémia reprezentantů, kde jsou přítomni zástupci odborného tisku, včetně časopisu Regal. Ten je zároveň mediálním partnerem soutěže. O výsledcích budou přihlašovatelé informováni do konce června.

Významnou inovací letošního ročníku je vyhlášení zvláštního ocenění „Cena předsedkyně komise 2008“. Jedná se o novinku, která byla zavedena jako projev uznání nejlepším obalovým řešením po vzoru zahraniční soutěže Worldstar for Packaging pořádané světovou obalovou organizací World Packaging Organisation. Exponáty nominované na ocenění budou oznámeny společně s výsledky do konce června. Držitel ceny bude vyhlášen v průběhu Obalového galavečera, který se uskuteční 27. listopadu 2008 v kongresových prostorách pražského hotelu Olympik Artemis.

Stock Plzeň měl rekordní finanční výsledky

Nejlepší výsledky ve své historii měla v roce 2007 společnost Stock Plzeň-Božkov. Prodeje dosáhly úrovně 26,65 milionu litrů lihovin, vůbec nejvíce za téměř devadesátiletou historii firmy, což se odrazilo i v hospodářských výsledcích. Tržby firmy bez spotřební daně činily loni 1,86 mld. Kč, což představuje meziroční nárůst o 8,1 %. Hrubý zisk společnosti se zvýšil o 44,1 % na 587,9 mil. Kč. Čistý zisk za rok 2007 dosáhl 469,6 mil. Kč, tedy o 54,9 % více než v roce 2006.

„Jednoznačně roste poptávka po kvalitních značkových lihovinách. To se projevuje prakticky ve všech částech našeho výrobního portfolia, které čítá na 40 značek. A věříme, že tento trend bude díky přibrzdění černého trhu pokračovat,“ uvádí generální ředitel Stocku Plzeň-Božkov Martin Petrásek.

Flexis Business Park expanduje

Komornější alternativou rozsáhlých průmyslových a logistických parků na Plzeňsku je Flexis Business Park. První etapu administrativně-distribučního centra na okraji rozvíjející se zóny Borská pole obsadili nájemci i z oblasti hi-tech nebo lehké výroby jako MEA Meisinger, Xtek Europe, Newtech nebo Würth. Také proto se developerská společnost Acred, jež v Plzni realizovala i obchodně-kancelářské centrum Avalon, pustila do výstavby druhé fáze Flexisu. Firmy si budou moci vybrat ze zhruba 5000 m² moderních skladů, výrobních hal či kanceláří.



„Společnostem vyhovuje flexibilita prostor. Vytváříme jim zde zázemí zcela na míru podle jejich potřeb. Manažeři oceňují, že celý provoz mohou řídit z jedné kanceláře, aniž by museli objíždět několik objektů,“ říká Markéta Vondráková z Acredu. Do nových prostor expandujícího Flexisu se nájemci budou moci stěhovat již na konci letošního roku.



V 5. ČÍSLE NAJDETE:

- World Retail Awards
- Informace rychle a přesně
- Kvalitní letní pití

Regal 5/2008 vyšel 13. května
Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Lidl odchází z Polska

Jak uvedly Hospodářské noviny, německý diskontní řetězec Lidl, který od června roku 2003 působí i v ČR, opouští polský trh. K tomuto rozhodnutí dospěl poté, co vykázal nižší zisky než konkurenční řetězce. Pravděpodobně je i odchod Lidlu z norského trhu. Za hlavního kandidáta, který 260 obchodů Lidlu v Polsku převezme, je považován jeho konkurent, rovněž německý diskontní řetězec Aldi, který už v Polsku působí. V polovině dubna zahájila společnost Aldi činnost také v Maďarsku. Z plánovaných dvaceti obchodů tu ale otevřela jen pět. Nové obchody vznikly v Budapešti a v blízkosti čerpacích stanic. V budoucnu chce řetězec otevřít v Maďarsku až 400 nových obchodů, což se všeobecně jeví jako velmi ambiciózní plán.

Červené „víno“ s nízkým obsahem alkoholu

Casa de la Ermita, inovativní španělské vinařství, představilo červené „víno“, které mění pravidla. Altos de la Ermita má pouze 6,5° alkoholu a přitom vypadá, voní a chutná jako tradiční víno, ovšem se zhruba polovičním obsahem alkoholu, než je běžné. Podle současné evropské legislativy se nemůže nazývat víno (protože obsahuje méně než 9° alkoholu). Vytvořili tedy novou kategorii zvanou „víno s nízkým obsahem alkoholu“ (vino de contenido alcohólico reducido). Jde o alternativu tradičního vína pro příležitosti, kdy je méně alkoholu lepší volbou. Na březnovém veletrhu Alimentaria v Barceloně získal tento výrobek, který se vyrábí z odrůd Monastrell, Tempranillo a Petit Verdot a zraje šest měsíců v dubových sudech, cenu Innoval 2008 v kategorii Vína & destiláty.

Do ciziny pojedou Ostraváci

Ostravské týmy ovládly pět z devíti postupových kategorií Mistrovství České republiky ve Street Dance a Performing Dance – Emco Dance Life Tour 2008. Mají tak zaručený postup na evropská taneční mistrovství. V boji 3000 tanečníků ze 60 tuzemských škol uspěly také týmy z Hradce Králové, Prahy a Bohumína. Brněnské Mistrovství České republiky Emco Dance Life Tour 2008 pořádá taneční skupina Magic Free Group, spolupořadatelem je Statutární město Brno.

Filip rozprostírá další síť

Pro zahájení digitálního vysílání na LCD obrazovkách v pražském Palladiu a v obchodním komplexu Plzeň Plaza rozšiřuje komunikační agentura Filip Media svou vysílací a reklamní síť o další dvě zóny – nákupní centrum Metropole Zličín a Aquapalace Praha v Čestlicích.

Na podporu startujících projektů připravila agentura pro zadavatele reklamy zajímavou cenovou nabídku: „Ti, kteří si v průběhu května nebo června rezervují reklamní časy pro svou kampaň v Palladiu a v plzeňské Plaze, dostanou zdarma na stejné období reklamní prostor v síti LCD v čestlickém aquaparku a na velkoplošné obrazovce v Metropoli,“ říká Aleš Klíč, generální ředitel společnosti Filip Media.



Intersnack ovládl dva výrobce chipsů a oříšků

Německá společnost Intersnack, která je na českém trhu známá hlavně díky značce Bohemia Chips, dokončila podle MFD nákup firem Canto Hradec Králové a Perri Crisps & Snacks Třemošná. „Díky tomu čekáme, že naše tržby stoupnou letos ke dvěma miliardám korun,“ sděluje předseda představenstva Intersnack Lubomír Chvalovský.

Loni firma utržila zhruba půldruhé miliardy korun. Intersnack zaměstnává téměř 500 lidí. Intersnack údajně plánuje, že značku Canto, která je v ČR známá hlavně svými oříšky nebo slanými tyčinkami, zachová dál. „V něčem jsme měli podobný sortiment, takže některé výrobky skončí, aby si nekonkurovaly. Většina ale zůstane,“ dodává Lubomír Chvalovský. Pochvaluje si, že sortiment rozšířil například o Hradecké tyčinky.

AGS-Sport zvolila informační systém ABRA G3

Společnost AGS-Sport, zabývající se velkoobchodním a maloobchodním prodejem sportovních potřeb, autodoplňků a kojeneckého zboží, začala plně využívat nový informační systém ABRA G3. Součástí implementovaného řešení byla podpora elektronické výměny dat systému EDI pobočkami v České republice a na Slovensku.

Výzva ke Spravedlivé cestě

Heslem „Zapojte se do Fair Trade. Podpořte stovky tisíc pěstitelů a jejich rodin v chudých zemích.“ se letos Společnost pro Fair Trade připojila k oslavám světového dne pro Fair Trade. Dne 6. května proběhl v Praze a v Brně odpolední happening pro veřejnost s názvem Spravedlivá cesta/Fair trek. Akce se uskutečnila za podpory mediálního partnera, Českého rozhlasu, a partnera akce, společnosti Marks & Spencer. Oslavy Dne pro Fair Trade podporuje několik dalších firem a organizací a řada jednotlivců. „Heslem Zapojte se do Fair Trade chceme oslovit jak spotřebitele, tak obchodníky,“ vysvětluje Tomáš Bílý ze Společnosti pro Fair Trade. Apel míří na spotřebitele, aby nakupováním Fair Trade výrobků podporovali drobné producenty v chudých zemích, a na obchodníky, aby ve vyšší míře nabízeli výrobky Fair Trade.



Manažerský den pro malé a střední firmy

Firma Versino CZ pořádá celodenní seminář se zaměřením na nejnovější trendy v oblasti řízení malých a středních firem, který se uskuteční 21. května 2008 v areálu K-Triumf Velichovky. Partnery akce jsou firmy SAP, IBM, Avnet, AMSP ČR a Fa RENE. Hlavními tématy jsou: Efektivní nástroje řízení malých a středních firem na platformě SAP Business One a Versino, Solution Factory, Konsolidace a virtualizace jako cesta ke snížení nákladů na správu a údržbu IT, infrastruktury na platformě IBM BladeCenter S a Loajalita na druhou aneb Loajalita klientů a zaměstnanců = základ dobrého podnikání. Registrace účastníků a bližší informace o seminářích jsou na adrese: www.sap-ibm.cz/amsp.

ORACLE a APS Outsourcing

Vás zvou na seminář na téma

“Jak efektivně řídit obchodní oddělení s využitím mobilní aplikace Jáchym”

Seminář je určen firmám z FMCG segmentu.

Více informací a možnost registrace na **800 142 386**

Schenker prodlužuje trasu

Společnost Schenker oznámila prodloužení trasy kombinované nákladní přepravy Duisburg-Manchester o železniční spoj do Skotska. Společnost EWS, patřící do skupiny DB Schenker, oslavila 4. dubna 2008 první měsíc trvalého provozu vlakového spojení mezi německým Duisburgem a britským Manchesterem. Při té příležitosti oznámila zahájení provozu nového spoje až do Skotska.

Nová linka poskytuje pravidelnou, rychlou a bezpečnou přepravu a ve srovnání se silniční nákladní dopravou uvolňuje menší emise CO₂. Firma také oznámila, že zdvojnásobila kapacitu spojů letecké nákladní dopravy na trasu z Dubaje přes německý Frankfurt do Toleda (Ohio).

Společnosti TNT a ORTEC spolu

Obsahem strategické smlouvy mezi oběma společnostmi je optimalizace globální infrastruktury a sítě TNT Express s využitím nejmodernějších řešení a zkušeností firmy ORTEC. Důvodem je optimalizace nákladů a zlepšení procesů při ochraně životního prostředí.

ORTEC a TNT budou v rámci programu Globální optimalizace společně hledat řešení, která umožní standardizaci infrastruktury společnosti TNT v globálním měřítku a také zlepšit provozní transformaci a integraci nově získaných firem společnosti ve Španělsku, Brazílii, Indii a Číně. Řešení bude zahrnovat snížení emisí CO₂, což je důležitá součást programu společnosti TNT – Planet Me.

Měření bariér úspěchu značek

Celosvětová výzkumná agentura Synovate představila nové řešení pro budování značky – Market Barriers. Systém, který může být přidán k již existujícím trackingovým studiím klienta, určuje, do jaké míry mají různé faktory vliv na výkon značky, přičemž přesahují klasické měření vztahů ke značce.

Výkonný ředitel pro značku a komunikaci Synovate Ged Parton vysvětluje: „Tržní bariéry jako distribuce, oceňování, produktové uspořádání a další mohou mít a mají vliv na výběr

(Pokračování na stránce 3)

Kavárna na kolech a Galerie okamžiků

Značka Nescafé letos v rámci svého výročí (70 let od svého vzniku) připravila roadshow po českých a slovenských městech. Projekt s názvem Kavárna na kolech nabízí účastníkům možnost vychutnat si kávu Nescafé ve dvoupatrovém autobusu v barvách značky. Nescafé Galerie okamžiků návštěvníkům nabízí diashow fotografií ze zemí, kde se pěstuje káva, dále ukázky, jak se káva zpracovává apod. Její součástí je i tzv. Mozaika okamžiků, která se vytváří v každém městě. Zákazníci mohou přinést fotografie zachycující jejich životní okamžik. Ty se pak vystavují na desce s reliéfem konkrétního města a postupně vyplňují celý tvar města. Každý, kdo přinese fotografii, může získat červený hrnek Nescafé vyrobený při příležitosti výročí 70 let. První vlna roadshow po českých a slovenských městech byla zahájena v dubnu a potrvá do června.

Nízké ceny nás baví, hlásá Hypernova

Cenová kampaň „Nízké ceny nás baví“ probíhá od 5. května 2008 v prodejnách Hypernova. Cílem je informovat zákazníky o výhodném nákupu a nízkých cenách v těchto obchodech. „Každý týden sledujeme ceny vybraných produktů u ostatních obchodních řetězců na českém trhu a poté naše ceny upravujeme tak, aby byl nákup v hypermarketech Hypernova pro zákazníky co nejvýhodnější,“ informuje Libor Kytýr, ředitel komunikace prodejen Albert a Hypernova. Nízké ceny v prodejnách Hypernova se týkají například sýrů, masa a masných výrobků, nápojů nebo různých kuchyňských potřeb.

Nejvýraznějším prvkem celé kampaně je vizuál skládající se ze světle modrého štětce a z růžovo-modrého nápisu „Nízké ceny nás baví“. Kampaň bude podpořena nejen masivní in-store komunikací v samotných prodejnách, ale i v dalších médiích. Komunikační kampaň poběží na Prima TV a v TV Nova a bude otištěna ve vybraných celostátních denících. Hlavní motiv kampaně propojuje všechny ostatní propagační materiály v místě prodeje, jako např. informační plakáty, bannery nad promočními čely, vstupní brány, turnikety či podlahová grafika. Autorem kampaně je reklamní agentura Mark/BBDO.



Do hypermarketů přichází vědec

Značka WC Net zahájila začátkem května speciální předváděcí akce ve vybraných hypermarketech po celé ČR. Promoční aktivita s názvem WC Net laboratoř nabízí zákazníkům netradiční show na podporu samočisticích aktivních prášků WC Net Energy. „Odborně proškolený promotér, oblečený jako vědec z laboratoře, divákům předvede alchymistickou show,“ říká Petra Termerová, brand manažerka značky WC Net. WC Net laboratoř je speciálně vybaveným stánkem, ve kterém mladý muž pomocí laboratorních baněk ukazuje prášek přímo v akci. „Návštěvníci hypermarketů budou současně informováni i o benefitech dalších produktů řady WC Net Energy, tedy Aktivního přívěsku a Power gelu, a to ve variantě klasické i bělicí,“ dodává.

Novinky na veletrhu PYROS/ISSET

Již 14. ročník největší přehlídky požární a bezpečnostní techniky v zemích EU, mezinárodního veletrhu PYROS/ISSET, se uskuteční na brněnském výstavišti 13.-16. května. Mj. zde divize ADT společnosti Tyco Fire & Integrated Solutions představí novinky v oboru ochrany zboží a objektů v maloobchodě. Podle Zdeňka Zuzánky, ředitele Tyco Fire & Integrated Solutions v ČR, firma připravuje převážně kombinaci takových řešení, která přinesou zákazníkům výhody a úspory při dálkovém dozoru a zabezpečení zboží. Stále žádanější trend v zabezpečení zboží je tzv. Source Tagging, což je nejkvalitnější a zároveň nejučinnější způsob ochrany zboží před zcizením. Ochranné prvky se aplikují již při výrobě, případně ve skladu u dodavatele. Podrobné informace poskytnou specialisté z divize ADT formou osobních konzultací s potenciálním klientem.

Letní Bohemia Sekt zahajuje

V polovině května začíná již tradiční komunikační kampaň Letní Bohemia Sekt. Jejím cílem je prosadit Bohemia Sekt jako vhodný nápoj pro dny letního volna s rodinou a přáteli, ale i pracovní schůzky a setkání. Sloganem projektu je „Bohemia Sekt, a léto vám zachutná.“, tedy apel na spotřebitele, který se rád baví nebo je sám rád iniciátorem zábavy. Kampaň je zaměřena hlavně na spotřebitele ve věku mezi 20 a 40 lety, kteří se chtějí na chvíli zastavit ve shonu měst a velkoměst. Podle marketingového ředitele Martina Fouska je připraven TV spot, tisková odborná a spotřebitelská kampaň, dále druhotná umístění v obchodech, spojení s nabídkou jahod a další aktivity. Hlavní myšlenkou je stále podporovat frekvenci prodeje a zvýšit počet příležitostí konzumace šumivého sektu v souladu se slogany „Užívejte si častěji“ a „Život nás baví.“

Tržiště znalostí a inspirací v HR

HRM
HUMAN RESOURCES MANAGEMENT

Hewitt

vás zvou na unikátní HR fórum
o aktuálních trendech v HR
21. května 2008 od 9.30 do 16 hodin
Slovanský dům, Na Příkopě 22, Praha 1

Registrace a více informací:
e-mail: konference@economia.cz
www.managerweb.cz/konference

Uzávěrka přihlášek: 19. května 2008

(Pokračování ze stránky 2)

značky. Náš systém marketérům umožní úspěšně předvídat překážky, kterým mohou jejich značky čelit, neboť kvantitativně přepočítává identifikované překážky ve ztráty v prodeji a tak vytváří doložitelné strategie, které mohou tyto překážky překonat stejně tak jako optimalizovat prodej.“

Historicky největší překladiště DPD

Společnost DPD, působící na trhu zásilkových a expresních služeb B2B, otevřela ve Velké Británii překladiště, které při využití nejmodernějších technologií umožňuje roztřídit až 45 tisíc zásilek za hodinu. Do historicky největšího překladiště o velikosti až 16 fotbalových stadionů investovala skupina La Poste 56 mil. liber. Nové překladiště je schopné roztřídit až 500 tisíc zásilek za noc. Provoz překladiště, které zaujímá 2700 m², kontroluje 200 kamer, které zvyšují bezpečnost a kvalitu třídění. Systém Track&Trace umožňuje prostřednictvím čárového kódu sledovat on-line pohyb každé zásilky.

Personálie

- Na místo vedoucího marketingu společnosti KSK Bono Česká Skalice nastupuje František Meduna. Do firmy přichází z Pivovaru Náchod (výrobce piv značky Primátor), kde působil na obdobné pozici.
- Novým generálním ředitelem společnosti Scania CZ, Scania Slovakia a Scania Hungary byl od května letošního roku jmenován Peter Hornig. Na této pozici ředitele středoevropského regionu vystřídal Bengta Thorssona, který ve funkci působil od května 2004. Bengt Thorsson bude i nadále pracovat pro švédskou automobilku Scania. Nově bude zastávat funkci výkonného ředitele Scania regionu severní Evropa, který zahrnuje skandinávské země, Německo, Rakousko, Švýcarsko, Polsko, Pobaltí a středoevropský region.