

line REGAL

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 30/08, 9. 9. 2008

Nová kampaň a katalog Intersparu

Nová kampaň obchodního řetězce Interspar „Projezte se ke krásě!“ je spojena s Monikou Golkovou, prezidentkou Asociace medicíny proti stárnutí ČR a SR, která se stala další novou dlouhodobou tváří retailera a doplňuje tak jeho stávající exkluzivní retailové partnerství s Nadací Terezy Maxové a sportovcem Romanem Šebrlem. Cílem kampaně je poukázat na skutečnost, že vhodně kombinované potraviny mohou mít podobný účinek jako mnohem náročnější kosmetické či chirurgické zákroky. „Kampaň je založená na „symbolech“ ženské krásy, na jejich atributech, jelikož jednotlivé produkty mají podobu produktů ze světa kosmetiky. Koncept kampaně tak evokuje spojení zdravých potravin s kosmetickými potřebami (např. tvářenka, řasenka, parfémy, zrcátka apod.), které zná důvěrně každá žena,“ říká Petr Jindra, marketingový ředitel společnosti Spar ČOS.

Kampaň běží od začátku září v tištěných médiích Interspar, kde je na titulní straně propagačního letáku umístěna její imageová část se základními informacemi, uvnitř je podrobnější pohled antiagingové odbornice Moniky Golkové, co konkrétní potravina ovlivňuje, jaký má účinek na zdraví a jak zkrášluje. Následně se bude lékařka pravidelně objevovat jako exkluzivní odborná poradkyně v propagačních médiích řetězce Interspar.

Na říjen plánuje Interspar roadshow se známými osobnostmi a s lékařkou spolu s doprovodným programem. U příležitosti uvedení nové kampaně je připravena i rozhlasová verze na rádiu Kiss. Kromě toho je připravena outdoorová kampaň a silná in-store kampaň s nasazením netradičních médií, kde ústředním tématem je antiaging. Navíc Interspar v rámci kampaně připravil s partnerem soutěže, rakouským top skiregionem Schladming-Dachstein, SMS soutěž o dvacet wellness lyžařských víkendů pro dvě osoby v luxusním hotelu s polopenzí v rakouském středisku Schladming-Dachstein. Informace o soutěži budou uveřejněny v letáčích obchodního řetězce a na adrese www.interspar.cz. Retailer také vydal nový katalog vín, který představuje ucelenou nabídku tuzemských a zahraničních vín. Navíc rozšířil sortiment o více než 70 novinek, zejména tuzemských vín přívlastkových a prestižních značek z celého světa (např. Rulandské modré 2006 pozdní sběr Spar nebo sekt Schlumberger White Secco). Katalog platí do 30. září nebo do vyčerpání zásob.

Z letadel zpět na silnici

Nový slogan, kterým společnost DPD vybízí zákazníky k ekologicky šetrnému chování, zní: „Z letadel zpět na silnici“. Úspora energií a snížení emisí jsou jen některé priority projektu, který byl odstartován v celé síti této firmy. „ECO kalkulačka byla vyvinuta ve spolupráci s francouzskou společností O₂, která se specializuje na projekty trvale udržitelného rozvoje. Internetové stránky www.whylfyparcel.com byly spuštěny na podporu projektu. Vyvinuty byly ve spolupráci s předními odborníky z oblasti vědy a logistiky. Lidé si mohou pro svou představu jednoduše spočítat ekologické zatížení při silničním nebo leteckém způsobu přepravy. Zákazníci na základě zjištěných informací rozhodnou, jakému druhu přepravy dají přednost. Zváží, nakolik je rychlost v konkrétním případě klíčovým požadavkem. Silniční doprava představuje pro zákazníka nejen ekologické, ale i ekonomické řešení,“ dodává Oldřich Kaláb, výkonný ředitel DPD CZ.

Košut – partnerský program pro distributory

Společnost Košut, která na českém trhu nabízí 100% přírodní mýdla pod značkou Kossuth, připravila nový partnerský program pro rozšíření distribuce. „Mezi vhodná prodejní místa 100% přírodních mýdel patří především wellness centra (sauny, bazény, masážní salony), prodejny zdravé a biovýživy, dárků a přírodních produktů, ale také fitness centra, kadeřnictví či solární studia,“ říká Irena Košutová, místopředsdkyně představenstva Košut Capital Holding. Program nabízí prostředky pro podporu prodeje – stylový dřevěný displej pro 20 mýdel včetně informativních brožurek, který lze umístit na pult, do výlohy, vitríny a dalších míst, které jsou spotřebitelům dobře na očích (pozn.: s první objednávkou mýdel POP prostředky zdarma), marketingovou a PR podporu značky a další sortimentní inovace.



V 8. ČÍSLE NAJDETE:

- Golfový trh
- Návrat do středu města
- Impulsní zboží

Regal 8/2008 vyšel 13. srpna
Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Quiksilver prodá divizi Rossignol

Americký výrobce sportovního oblečení a doplňků Quiksilver prodá divizi Rossignol, která vyrábí lyže a sportovní doplňky. Jak uvedla ČTK, za zhruba 100 mil. eur (asi 2,45 mld. Kč) se novým majitelem stane skupina podnikatelů Chartreuse & Mont Blanc. V jejím čele stojí Bruno Cercley, který Rossignol kdysi řídil. Do skupiny patří i značky Dynastar, Look a Lange. Většinovým vlastníkem Chartreuse & Mont Blanc je společnost Macquarie Group. Quiksilver získal Rossignol před třemi lety, kdy za něj zaplatil 560,8 mil. dolarů. Wall Street byl ale od samého začátku skeptický a nevěřil, že francouzský podnik je pro Quiksilver vhodným doplňkem.

Aholdu klesl provozní zisk

Podle HN klesl nizozemskému maloobchodnímu řetězci Ahold ve druhém čtvrtletí provozní zisk o 14,2 % na 235 mil. eur (5,8 mld. Kč). Podnik uvedl, že se na výsledku projeví slevy zboží a náklady na propagaci. V anketě agentury Reuters odhadovali výsledek v průměru na 247 mil. eur. Čistý zisk Aholdu z běžných operací vzrostl o 4,1 % na 177 mil. eur. V samotném Nizozemsku se zisk řetězce Albert Heijn zvýšil o 6,2 % na 138 mil. eur.

Všichni tři hlavní američtí rivalové Aholdu v prodeji potravin Wal-Mart, Safeway a Kroger zvýšili ve čtvrtletí zisk. Podniky ale s výsledky dodávaly, že spotřebitelé za slabšího hospodářského růstu omezili výdaje.

Jim Avignon pro New Yorker

Jim Avignon, umělec popartové scény, navrhl pro New Yorker limitovanou kolekci, která (Pokračování na stránce 2)

Infor ve znamení pokračující konsolidace

Společnost Infor, poskytovatel podnikového softwaru, uzavřela fiskální rok 2008 (k 5/08) s globálním obratem 2,2 mld. dolarů. Provozuje 125 kanceláří ve 34 zemích světa, zaměstnává 9000 lidí a k dispozici má 3500 produktových specialistů. Spolupracuje se 1400 zkušenými prodejními a servisními partnery a poskytuje podporu a školení ve 20 jazycích. „To vše činí z Inforu desátou největší softwarovou společností světa, jež patří také mezi Top 100 nejvlivnějších prodejců technologie roku 2008, které zveřejnila Aberdeen Group,“ dodává Wolfgang Kobek, viceprezident Infor Central Europe. Podle Václava Jakoubka, ředitele firmy pro východní Evropu, byl fiskální rok 2008 ve znamení pokračující konsolidace značky Infor na českém trhu. A to hlavně díky získání řady nových zákazníků jak z oblasti ERP, tak Performance Management řešení a úspěchu v tradičních zákaznických segmentech výroby a služeb.

Roadshow Heineken Extra Cold Experience

V Praze, Brně, Hradci Králové, Ostravě a ve Zlíně se na přelomu srpna a září koná velká roadshow Heineken Extra Cold Experience. Extra ledové pivo značky Heineken, Extra Cold Heineken, si zde zájemci mohou sami načepovat v ledovém baru, který je součástí kamionu. Je v něm teplota minus 8 stupňů Celsia, což má umocnit zážitek z podávaného „ledového piva“. Atmosféru doplňují i doprovodné „ledové“ aktivity (například jízda na snowboardovém simulátoru, tesání do ledu ...). V každém městě jsou plánovány i promoakce. „Extra Cold Heineken je nový způsob servírování a podávání klasického prémiového piva Heineken – a to při výrazně nižší teplotě, než je zvykem. Díky tomu, že je Heineken zchlazen na 2 stupně Celsia a navíc je čepován do speciálních namražených sklenic, je jeho chuť jemnější a intenzivnější. Současně je mírně potlačena jeho hořkost, přičemž vynikne unikátní vůně a snadněji se pije. Nízká teplota a zamražená sklenice je kombinace, která zaručuje skvělé osvěžení a vychlazený i ten poslední doušek piva,“ konstatuje Jiří Imrýšek, marketingový ředitel Heineken Operations v ČR.



Měsíc biopotravin podpoří regionální akce

První zářijový den začal již 4. ročník informační a propagační akce „Měsíc biopotravin a ekologického zemědělství 2008“. V průběhu celého měsíce se uskuteční řada regionálních akcí na podporu biopotravin a ekologického zemědělství. Pro veřejnost je to možnost navštívit české ekofarmy, ochutnat biopotraviny přímo „ze dvora“ a seznámit se s principy ekologické produkce.

Na www.mesicbiopotravin.cz lze najít seznam akcí včetně kontaktu na organizátora a podrobného programu. Dosud bylo do kalendáře vloženo téměř 40 akcí, stále je možné vkládat nové.

Mezi nejdůležitější akce patří: biojarmarky a biodožínky, jako např. v Chrudimi (11. 9.), v Praze (19. a 20. 9.), v Hradci Králové (20. 9.), v Olomouci (20. 9.) či v Náměšti nad Oslovou (27. 9.) a další, ale také dny otevřených vrat na ekofarmách: Sasov (6. 9.), Chadimův mlýn (13. 9.), ekofarma u Křišťanů (14. 9.), u Kadeřávků (20. 9.), Kojetín (21. 9.), Ratibořice (27. 9.), Vinice u Hořic (27. 9.) atd.

Sparkys slaví 10. narozeniny

Značka Sparkys vstoupila na český trh před deseti lety. Aktuálně má v České republice 19 obchodů, přičemž „vlajkovou loď“ firmy je od roku 1998 čtyřpatrový Dům hraček Sparkys v Havířské ulici v centru Prahy. Druhý Dům hraček Sparkys byl otevřen v roce 2004 v Brně a nejmladším se v říjnu roku 2007 stal Sparkys dům hraček Palladium. Zbývající obchody, tzv. Sparkys dárky, se nacházejí ve velkých nákupních centrech, zaměřují se především na prodej dárků a nabízejí nesčetné originálních nápadů a tipů na dárky nejen pro děti, ale pro každý věk.

Společnost Sparkys provozuje také internetový obchod www.sparkys.cz a určité výhody nabízí svým zákazníkům také prostřednictvím Sparkys Klubu. V nabídce jsou značky: Lego, Hasbro, Mattel, SES, TOLO, Schleich, Woody, Stiga, Moravská Ústředna, Epee, Barbie, Albi, Baby Annabell, Baby Born, Fischer Price, Hot Wheels, Chicco, Chou Chou, Megablocks, My Little Pony, My Scene, New Brigit, Polly Pocket a Sparkys. „Každá z nabízených hraček musí splňovat přísná kritéria, musí být bezpečná a funkční. To znamená, že nás zajímá využití hračky, její výchovný a vzdělávací přínos, technické parametry, vzhled hračky a obalu, výtvarné řešení, tvar, materiál a barva,“ říká majitelka Sparkys Katharine Butler.



(Pokračování ze stránky 1)

bude uvedena na trh na začátku října 2008. Tato společnost, která často spolupracuje s hudebními hvězdami, se vydává novým směrem a začíná rozvíjet spolupráci se zajímavými tvářemi ze světa umění. Cenově dostupné pestrobarevné a bláznivé kousky s potisky budou k dostání ve všech prodejnách New Yorker po celé Evropě. „Jsme velmi pyšní na spolupráci s Jimem Avignonem, která je pro New Yorker první svého druhu, a doufáme, že mladí budou sdílet toto nadšení s námi,“ říká Volker Putzmann, ředitel marketingu společnosti New Yorker.

Quelle chce prodávat léky

Německá zasilatelská společnost Quelle, která patří maloobchodní firmě Arcandor, hodlá podle ČTK prodávat v Německu léky. Již o tom jedná s možnými partnery. Quelle má na celém světě 11 milionů klientů a systém spolupráce s partnery využívá rovněž u prodeje jiného zboží.

Patří do divize Primondo, která zahrnuje veškeré aktivity Arcandoru v prodeji přes internet a zásilkovém prodeji. Na celkových příjmech skupiny Arcandor, dříve známé jako KarstadtQuelle, se podílí pětinou. Divize nedávno prošla celkovou renovací, jejímž cílem bylo zlepšit její ziskovost. Německý farmaceutický trh se zřejmě stane velmi atraktivním i pro další hráče, protože lékárny ztratí svůj monopol na prodej léků.

Coca-Cola koupí největšího čínského výrobce džusů

Americká společnost Coca-Cola Company koupí největšího čínského výrobce džusů Huiyuan Juice Group za 2,3 mld. dolarů (zhruba 40 mld. Kč), což představuje téměř trojnásobek jeho tržní hodnoty. Jak uvedla ČTK, oznámila to firma, která tak posílí svou přítomnost na rychle rostoucím čínském trhu s nealkoholickými nápoji. „Huiyuan je v Číně zavedená a úspěšná značka džusů a je velmi dobrým doplňkem aktivit čínské divize Coca-Coly,“ doplňuje generální ředitel amerického podniku Muhtar Kent. Huiyuan podle výzkumné firmy AC Nielsen ovládá zhruba 43 % čínského trhu se procentními džusy.

Maloobchodní tržby vzrostly

Podle zprávy ČTK zrychlily maloobchodní tržby na Slovensku v červenci meziroční růst na 6,9 % z červnového tempa 3,1 %. Objem tržeb dosáhl 42,88 mld. Sk. Nejvíce, zhruba o čtvrtinu, se obrát meziročně zvýšil v kategorii specializovaných prodejen, kde se tvoří více než desetina celkových maloobchodních tržeb. Naopak tržby ve zbytku maloobchodu, tedy v nespecializovaných prodejnách, klesly o 6 % na 11,75 mld. Sk. Tržby prodejen potravin, nápojů a tabáku se v červenci zvýšily o 0,5 % na 8,12 mld. Sk. V červnu se přitom obrát v této kategorii poprvé od loňského února meziročně snížil, a to o 1,1 %.

Budějovický Budvar s novým designem webu

Budějovický Budvar spustil v posledním prázdninovém týdnu novou verzi svých webových stránek www.budvar.cz. Obsah byl rozšířen o nové sekce, ale struktura je celkově přehlednější. Kromě nového designu se objevila řada nových funkcí, např. vyhledávání obsahu nebo možnost odběru novinek ze sekce „Aktuality“. U textů lze měnit velikost písma a stránky jsou tak lépe čitelné i pro zrakově handicapované uživatele. „Jednou z nejdůležitějších technických inovací je zavedení technologie RSS, která uživatelům umožňuje přihlásit si odběr novinek ze sekce Aktuality prostřednictvím RSS zdroje. Zájemci tak mohou mít průběžný přehled o nových informacích publikovaných na našem webu,“ vysvětluje Jakub Janoušek, internet communication manažer Budějovického Budvaru.

Montážní lepidla Pattex mají podzimní podporu

Dne 1. září odstartovala měsíční kampaň využívající 200 billboardů a bigboardů po celé ČR. Vizual z dílny Studia SGD upozorňuje na to, že lepidla Pattex dokážou nahradit upevňování vruty. Smyslem kampaně je podpora značky Pattex a jeho technologie Instant tack. „Současně chceme podpořit uvedení nového produktu Pattex PL 700 v bílé barvě a balení s multifunkčními kleštěmi na trh v Česku,“ vysvětluje brand manažerka Henkelu Irena Pavlíčková. Pod kampaní je podepsána agentura Med-Media.



Elanor otevřel pobočku v Rakousku

Společnost Elanor, dodavatel informačních systémů pro řízení lidských zdrojů, systematicky expanduje do Evropy. Dceřiná společnost Elanor Austria, která zahájila činnost 1. srpna v Rakousku, rozšířila počet zemí, v nichž společnost působí mimo ČR, na sedm. „Otevřením vídeňské kanceláře pokračuje naše snaha o sjednocení mzdové agendy na nadnárodní úrovni,“ říká ředitel Elanor Austria Martin Vošahlík, který zakládal pobočky Elanoru také v Maďarsku a Rumunsku.

Ticket Compliments – dárek nejen pro zaměstnance

Rostoucí oblibě se u nás těší dárkové poukázky. Jejich výhodou je škála možností využití a také nenáročná administrativa. Právě díky těmto kladům jsou dárkové poukázky častou volbou manažerů, kteří chtějí motivovat prodejní tým či budovat vztahy se zákazníky. Na rozdíl od peněžních bonusů pro prodejce, dárkových předmětů nebo slev pro věrné zákazníky nabízejí dárkové poukázky obdarovanému plnou volnost výběru. Dárková poukázka Ticket Compliments se může stát nejen součástí balíčku benefitů pro zaměstnance, ale také věrnostních programů. Společnost Accor Services navíc připravila novinku – od 1. května 2008 jsou v prodeji poukázky s prodlouženou platností, a to do konce roku 2009.

Platební terminály pro síť COOP

Skupina COOP podepsala smlouvu se společností Global Payments Europe (GPE) na dodávku a zajištění služeb 1870 multifunkčních platebních terminálů. Jedná se o jeden z největších podobných obchodů. „Od nákupu terminálů, namísto jejich pronájmu od banky, si slibujeme, že dosáhneme daleko přijatelnějšího poplateku z autorizované částky. Jsem si jistý, že se nám tato investice brzy vrátí zpět,“ dodává předseda Svazu českých a moravských spotřebních družstev Zdeněk Juračka. Platební terminály v prodejnách COOP mají potenciál v nových službách. Kromě klasické platby za nákup budou moci lidé dobít mobilní telefony všech operátorů, kupovat pro své blízké dárkové karty, vybírat peníze za pomoci služby Cashback a od příštího roku i platit složenky.

Mlékárna Valašské Meziříčí – snížení cen a soutěž

Mlékárna Valašské Meziříčí připravila pro spotřebitele na říjen a období po něm celorepublikovou soutěž. Navíc zlevňuje svoje bioprodukty i pro ty, které odrazuje jejich vyšší cena. „V průběhu září mohou veškeré biovýrobky Mlékárny Valašské Meziříčí ochutnat všichni ti, kterým se zdá cena jinak průměrně vyšší. V rámci podpory se tato cena snížila právě při příležitosti Měsíce biopotravin. Jinak je zcela oprávněná, neboť souvisí s vyššími náklady na celkový provoz ekologického chovu,“ říká Jana Novotná, ředitelka Mlékárny Valašské Meziříčí. „Marketingově budou tyto výrobky podpořeny také celorepublikovou soutěží, do níž se mohou zapojit všichni spotřebitelé a příznivci našich bioproduktů,“ dodává.

V Dubaji jako Schenker LLC

Společnost Schenker oznámila založení společného podniku v Dubaji s firmou BAX Global LLC. Od 1. září 2008 zde vystupuje jako Schenker LLC. Současně firma založila v Dubaji své oblastní ředitelství, jež bude řídit činnost firmy i její další rozvoj na Blízkém a Středním východě a ve východní Africe. „Naším klientům můžeme nyní nabídnout na tomto důležitém trhu vysoce kvalitní řešení z domu do domu, vše z jednoho zdroje,“ vysvětluje Thomas C. Lieb, předseda představenstva Schenker AG, který je rovněž zodpovědný za globální leteckou a námořní nákladní přepravu. Již od června loňského roku spojuje DB Schenker svými pravidelnými nákladními leteckými linkami trhy v Asii, Evropě a USA. Linky z Dubaje přes Frankfurt/Hahn do Tole-da ve státě Ohio v USA byly koncipovány tak, aby vyhovely zvláštním požadavkům na přepravu elektroniky i dílů pro automobilový, strojírenský a oděvní průmysl.

Wal-Mart je na shortlistu

Wal-Mart je podle zpráv ruského tisku na shortlistu zájemců o koupi ruské maloobchodní společnosti Lenta, která sídlí v Petrohradě a provozuje síť hypermarketů. Na seznamu uchazečů o retailera je také francouzský Carrefour, finské Kesko a chorvatská skupina Agrokor. Přitom pouze Kesko je už v Rusku aktivní. Lenta ovládá 31 hypermarketů, z nichž je 14 přímo v Petrohradě, ostatní se nacházejí v dalších velkých ruských městech. Zisky firmy po zdanění přidané hodnoty činily v loňském roce 1,5 mld. dolarů. Hodnota společnosti je odhadována přibližně na 2 mld. dolarů, včetně dluhu ve výši 500 mil. dolarů.

Personálie

- Novým generálním ředitelem společnosti Imperial Tobacco Czech Republic bude od 1. října Nizozemec Melvin Ruigrok. Na pozici vystřídá Brita Dominica Brisbyho. Ten byl jmenován generálním ředitelem Imperial Tobacco Polska a čeká ho stěhování do polské metropole Varšavy. O změně v čele české části firmy informoval server euro.cz.
- Paul Stewart byl jmenován vedoucím partnerem oddělení Daňových a právních služeb PricewaterhouseCoopers ČR. Přebírá tuto roli od Stephena Boothe, který se v červenci loňského roku stal řídícím partnerem firmy.
- ProLogis, vlastník, správce a developer logistických nemovitostí, oznámil, že jmenoval Marka Müllera leasing manažerem pro ČR a SR. Ze své pozice bude řídit nájemní aktivity firmy v ČR, zvláště na Moravě, kde má společnost v současné době ve výstavbě distribuční centrum ProLogis Park Ostrava.