

line REGAL

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 34/08, 7. 10. 2008

Soutěž České pivo 2008 zná vítěze

Celkem 24 pivovarských odborníků, sládků, vědeckých a pedagogických pracovníků vybralo z nabídky 64 značek nejlepší piva v letošní degustační soutěži České pivo 2008. Po premiéře v loňském roce měl i letošní ročník pět kategorií. V tradičně nejprestižnější kategorii světlých ležáků, kterých bylo posuzováno 23 značek, vyhrál Velkopopovický kozel Medium z produkce Pivovaru Velké Popovice (skupina Plzeňský Prazdroj), na druhém místě skončil Velkopopovický kozel Premium od stejného výrobce a na třetím se umístil ležák Litovel Premium z Pivovaru Litovel (skupina PMS Přerov). Do kategorie světlá výčepní piva bylo přihlášeno 19 značek a vyhrál Zubr Gold z Pivovaru Zubr (skupina PMS Přerov), jako druhá byla vybrána Holba Classic z Pivovaru Holba ze stejné skupiny a třetí skončil Janáček Patriot z Pivovaru Janáček.

Mezi sedmi přihlášenými tmavými ležáky obsadil první místo Rebel černý z Měšťanského pivovaru Havlíčkův Brod. Na druhém místě byl tmavý ležák Černá Hora Granát z Pivovaru Černá Hora a na třetím místě Pernštejn, tmavý ležák z Pivovaru Pernštejn. V kategorii tmavé výčepní pivo soutěžilo šest značek a degustátory nejvíce zaujalo pivo Janáček, tmavé výčepní, z Pivovaru Janáček, druhý se umístil Zubr Classic, tmavé výčepní, z Pivovaru Zubr a třetí místa byla udělena dvě – pivu Dačický, tmavé výčepní, z pivovaru Kutná Hora (skupina Drinks Union) a pivu Litovel Dark, tmavé výčepní, Pivovar Litovel. Ve stále populárnější kategorii nealkoholických piv, kterých soutěžilo devět, vyhrál Radegast Birell (Pivovar Radegast, skupina Plzeňský Prazdroj). Na druhém místě skončil Svijanský Vozka z Pivovaru Svijany a třetí místo obsadil Litovel Free z Pivovaru Litovel.

„S trochou nadsázky lze říci: Co lepšího si může český konzument přát, než když pivovarářští experti vyberou mezi vítězná piva ta, která produkují malé i velké pivovary. Potvrzuje se, že dobré a kvalitní pivo u nás vaří malé i velké pivovary,“ říká Jan Veselý, výkonný ředitel ČSPS. „Jedná se o jedinou soutěž, kterou pořádá náš svaz. Je to soutěž dvoukolová, organizovaná Výzkumným ústavem pivovarským a sladařským, navíc podpořená přítomností notáře, což jen potvrzuje objektivnost soutěžení a podtrhuje tradiční nezávislost a nestrannost vyhodnocování soutěžních piv, je to jediná soutěž, kde vzorky soutěžící nepošílají, ale kde si je pracovníci VÚPS vybírají náhodně, přímo v pivovarech,“ dodává Jan Veselý. Soutěž České pivo roku i anketa popularity piv Naše pivo jsou součástí dlouhodobého projektu ČSPS České pivo naše pivo. Jeho základním smyslem a úkolem je seznamovat nejširší veřejnost s historií i současností výroby piva v českých zemích a s tím, co pivo obsahuje a jakým způsobem ovlivňuje lidský organismus, a rovněž zlepšovat image piva.



myCASH v síti prodejen Expert K+B Elektro

Společnost Kvados dokončila nasazování svého informačního systému myCASH v celé síti prodejen Expert K+B Elektro provozovaných společností K+B Expert a zaměřených na segment maloobchodního prodeje elektro a domácích spotřebičů.

Produkt myCASH je jedno z nejmodernějších platebních řešení pro jednotlivé prodejny i rozsáhlé maloobchodní sítě, které přináší nejen rozsáhlou funkcionalitu, ale především významné know-how a best practises v oblasti úspěšného maloobchodu. myCASH umožňuje pokladním terminálům v prodejnách Expert K+B Elektro plně využít ovládání dotykovými displeji, integraci IP kamer pro kontrolu prodejen, čteček čárových kódů, magnetických zákaznických karet i věrnostních programů. Součástí řešení je skladová evidence, objednávání, ale také unikátní systém pro efektivní inventarizaci s využitím mobilních terminálů. Aktuálně jsou k dispozici oborové verze pro elektro, knihkupectví, prodej potravin a drogerie a připravují se další varianty.

Řetězec italských kaváren Costa Coffee míří k nám

Mezinárodní řetězec kaváren v italském stylu Costa Coffee u nás otevře svou první kavárnu – na přelomu října a listopadu v pražském OC Flora. Do konce roku se mohou milovníci italské kávy těšit na dvě další kavárny v Teplicích a Pardubicích. Vedle teplých i studených kávových specialit a dalších nápojů nabízejí kavárny Costa Coffee také zákusky, sladké pečivo i lehké občerstvení. Zákazníci oblíbené jsou zejména teplé zapečené bagety (panini) a sendviče (tostato).



V 10. ČÍSLE NAJDETE:

- Prodejna roku '08
- Externí osvětlení obchodů
- Luxusní a exotické potraviny

Regal 10/2008 vyjde 16. října
Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Mezinárodní veletrh SIAL 2008

Od 19. do 23. října proběhne v Paříži mezinárodní potravinářský veletrh SIAL 2008. Letos bude hostit 5500 vystavovatelů ze 100 zemí světa, tedy o 4 % více než v roce 2006. Zřejmě také překoná návštěvnost, která před dvěma roky dosáhla 145 tisíc návštěvníků ze 191 zemí. K tomu by měl přispět výstavní prostor o rozloze 215 tisíc m² a také otevření nové haly 7, která představuje na míru ušité místo pro rostoucí odvětví, jakými jsou vína, delikatesy, organické a dietetické produkty a potravinové doplňky. Mezi doprovodné projekty patří například: Observatoř trendů a inovací, Svět maloobchodu, Francouzský exportní stánek a tradiční ceny pro nejlepší světové inovace – SIAL d'Or.

Biolit je v oblíbě i na Slovensku

Značka přípravků proti hmyzu (insekticidy) Biolit se letos daří i na Slovensku. „Po růstu na českém trhu jsme na Slovensku překročili v pololetí hranici 40% tržního podílu vyjádřeného ve slovenských korunách. Proti loňsku se náš podíl na trhu v korunách meziročně zvýšil o 2 % na 41 % a posílili jsme tak pozici jedničky na Slovensku,“ tvrdí Tomáš Veselý, manažer značky Biolit, která je součástí společnosti Lybar. Na Slovensku se Biolitu dařilo především v přípravcích proti molům a v prodejích návnad na mravence. „Tržní podíl ve slovenských korunách u přípravků proti molům v červnu meziročně vzrostl o 8 % na 22 %. U návnad na mravence se náš tržní podíl vyjádřený ve slovenských korunách oproti loňsku zdvojnásobil ze 13 na 26 %,“ doplňuje Tomáš Veselý. Dařilo se také prodeji repelentů, u kterých má Diffusil v korunách téměř třetinu trhu.

Dermacol s Janou Paulovou a SMS soutěží

Pro podporu nové řady exkluzivní péče o zralou a velmi zralou pleť Gold Elixir s kaviárem si vybrala značka Dermacol další známou tvář z řad českých hereček. Volba padla na Janu Paulovou. Řada Gold Elixir nabízí spotřebitelkám denní a noční variantu pleťového krému a speciální péči o oční kontury s kaviárem a dalšími účinnými látkami, které pleť vyhlazují a regenerují. Její cílovou skupinou jsou zejména ženy starší 55 let. „Jana Paulová svým životním stylem dokazuje, že právě ženy po padesátce mohou být stále okouzující a objevovat nové věci,“ říká Michaela Beránková, commercial marketing director značky Dermacol, k volbě Jany Paulové jako tváře řady Gold Elixir. Značka Dermacol pro zákazníky také připravila SMS soutěž, která probíhá do konce října v ČR a do 15. listopadu na Slovensku. Jsou do ní zahrnuty všechny prodejní řetězce v ČR a SR, kde má Dermacol zajištěnou distribuci. Každá zákaznice se může do soutěže zapojit při nákupu pleťové či tělové kosmetiky Dermacol v hodnotě převyšující 250 Kč.

Spar představuje značku Spar Vital

Od 8. října uvádí na trh společnost Spar ČOS novou vlastní zdravou značku Spar Vital. Je dalším krokem v iniciativě tohoto retailera k řešení aktuálních stravovacích problémů a požadavků zákazníků. Koncept této produktové řady byl vyvíjen na základě odborných poznatků a všechny produkty byly ve spolupráci s lékaři a výživovými experty lékařsky a dietologicky ověřovány. I díky inovativnímu konceptu obalu si klade za cíl pomáhat zákazníkům v orientaci na cestě k vyvážené stravě. V rámci vlastní produktové značky Spar Vital bude v první fázi představeno přes 30 Spar Vital produktů, které jsou průřezem celým sortimentem suchých a čerstvých potravin – od celozrnného chleba přes luštěniny až po ovoce a mraženou zeleninu. Zároveň se plánuje postupné pravidelné rozšiřování nabídky produktů této značky.



S Chiquitou o kuchařky Lenky Požárové

Společnost Chiquita připravila spotřebitelskou soutěž, ve které lze za nákup 1 kg banánů Chiquita získat banánovou kuchařku Lenky Požárové. Soutěžit se dá opakovaně a zákazník tak může rozšířit sbírku kuchařek o další tituly ze série „Zapálená kuchařka – Lenka Požárová“. Akce k podpoře prodeje banánů „Chiquita je nejlepší kuchař“ probíhá od 29. září do 2. listopadu 2008 v prodejnách Albert, Hypernova, Globus a Interspar. Hraje se každý týden o 500 kuchařek. Ti, kteří chtějí soutěžit dál a rozšířit si sbírku kuchařek, mohou hrát i o tituly Špenát, Celer nebo Chřest.

Kenvelo a Limemedia spouštějí K-Radio

Společnost Kenvelo spouští vysílání vlastního in-store/internetového rádia. To lze slyšet nejen ve všech prodejnách společnosti v ČR, SR a Rumunsku, ale také na portálu www.abradio.cz. Rádio pro Kenvelo je jednou z úspěšných aplikací produktu MyABradio společnosti Limemedia. K-Radio dodržuje formát moderních hitových rádií se zaměřením na cílovou skupinu zákazníků, se standardním zvukovým obalem a rozhlasovou rotací hudby. Stejně jako běžné FM stanice, i toto rádio nabízí reklamní časy pro spotové kampaně třetím stranám, prostor pro propagaci svých partnerů či speciálních akcí. Jen v prodejní síti Kenvelo slyší vysílání rádia denně 125 tisíc zákazníků.

Nový věrnostní program

Společnost Spar ČR od října připravila nový věrnostní program. Zákazníci všech hypermarketů Interspar a supermarketů Spar tak mají možnost získat za zvýhodněné ceny (se slevou až 74 %) sérii vysoce kvalitních nožů WMF. Interspar tímto věrnostním programem navázal na úspěšný projekt letního věrnostního programu, který se týkal limitované kolekce kvalitních prémiových froté ručníků značky Rubin Royal. Zákazníci prodejen Interspar a Spar si mohou nože WMF zakoupit jednotlivě podle svých potřeb, a to za výhodné ceny pouze z 15 nasbíranými body, přičemž 15. bod je pro zákazníky bonus, který obdrží od Intersparu.



AG Geronimo rozesílá Starcka

Agentura AG Geronimo realizuje directmailovou kampaň pro společnost KM Beta, výrobce betonové střešní krytiny a vápenopiskových cihel. Akce je zaměřena na architektky, developery a stavební firmy. Jejím cílem je upozornit na zdicí systém KMB Sendwix a jeho výhody, jako je například zvýšení obytné plochy při stávající zastavěné ploše, úspora nákladů a energií na provoz budov. V rámci první vlny obdrželi VIP adresáti pomeranč a legendární odstávňovač od designéra Philippa Starcka. Zásilka komunikovala sdělení, že díky systému KMB Sendwix lze z developerského projektu „vymáčknot“ více užitného prostoru. Do konce roku jsou plánovány další vlny mailingu komunikující další výhody tohoto systému.

Railion Italia má 49 % v NordCargo

Společnost Schenker oznámila, že dceřiná společnost Railion Italia získala 49% podíl ve firmě NordCargo z Milána. Ta se v roce 2003 oddělila od své mateřské společnosti Ferrovie-nord S.P.A. (FNM) a začala působit v oblasti mezinárodní železniční přepravy v severojižním koridoru (území Německa, Švýcarska a Itálie), ale také v severozápadní Itálii.

V roce 2007 tato společnost zaměstnávající 182 lidí dosáhla tržeb ve výši přibližně 34 mil. eur. Definitivní smlouva bude podepsána v příštích dnech a čeká se jen na souhlas příslušných orgánů.

Společnosti DB Schenker se v rámci úsilí o rozšíření své evropské sítě podařilo již v roce 2004 získat 95% podíl v italské společnosti Strade Ferrate del Mediterraneo (SFM), která podniká v oblasti železniční nákladní dopravy. Tato společnost byla v roce 2005 přejmenována na Railion Italia.

Podvodní obchod s fotoaparáty

Malajská komunikační agentura BBDO Proximity, součást celosvětové sítě Proximity Worldwide, do které patří i česká pobočka Proximity Prague, představila celosvětově první obchod s fotoaparáty umístěný pod vodní hladinou.

Koncepce vyvinutá pro značku Olympus podtrhuje vodotěsnost a celkovou odolnost fotoaparátů nové kolekce. Hosté a novináři mohli při otevření obchodu pod vodou sledovat prodáváče při nezvyklém obchodním jednání se zákazníky, přičemž jim byl prezentován model Olympus $\mu 1050$ SW.

Scénář vytvořili zástupci agentury BBDO Proximity a jako místo si vybrali hotel Crown Plaza v hlavním městě Malajsie, Kuala Lumpur.

Schenker hodlá převzít Romtrans

Společnost DB Schenker hodlá koupit všechny akcie rumunského speditéra S.C. Romtrans. Svou nabídku předložila akcionářům Romtransu 24. září prostřednictvím rakouské dceřiné společnosti Schenker & Co. a nyní čeká na schválení příslušnými úřady. Romtrans je největší rumunskou zasilatelskou společností s tržbami ve výši více než 90 mil. eur a zhruba 1500 zaměstnanci.

Akvizice upevní vedoucí pozici divize dopravy a logistiky Deutsche Bahn, která působí po celém světě pod značkou DB Schenker. „Plánované převzetí společnosti Romtrans nám dává jedinečnou příležitost podstatným způsobem posílit naši činnost v jihovýchodní Evropě a začlenit místní zdroje Romtransu do mezinárodní sítě DB Schenker,“ zdůrazňuje Norbert Bensele, předseda představenstva DB Schenker a člen správní rady pro dopravu a logistiku Deutsche Bahn. „Chceme se podílet na růstu rumunského trhu a využít jeho potenciál tím, že budeme přítomni přímo na místě,“ dodává.

Ochutnávková kampaň Rio Mare

Značka Rio Mare startuje ochutnávkovou kampaň řady prémiových produktů, Filetů z lososa Rio Mare. Ochutnávkou proběhnou ve vybraných prodejnách sítě Hypernova, Globus, Interspar, Tesco, Billa a Makro v průběhu října 2008. „Chceme zákazníkům umožnit seznámení se s našimi výrobky, které jsou na trhu novinkou. Sázíme na nejvýznamnější benefity, které tyto produkty zákazníkům přinášejí – excelentní chuť a jednoduchost přípravy pokrmů z lososa, přičemž maximální kvalita rybiho masa je u značky Rio Mare samozřejmostí,“ říká Michaela Rudyková, brand manažerka potravin společnosti Bolton Czechia, která na český trh značku Rio Mare dodává.



Nová strategie ETA

Společnost ETA zveřejnila svou strategii a cíle na následující tři roky. Jedná se především o posílení pozice u cílové skupiny žen ve věku 25 až 45 let, zvýšení podílu na trhu malých domácích spotřebičů a zdvojnásobení tržeb na 2 mld. Kč v roce 2011. Firma zároveň představila první kroky, které v této souvislosti učinila. Tím nejvýraznějším je změna loga společnosti, první v její více než šedesátileté historii. „Záchrana značky ETA pro nás představuje velkou výzvu. Chceme spotřebitelům nabízet produkty s nadstandardní funkcí, citovou hodnotou a výborným poměrem ceny a kvality tak, aby značka znovu získala svou důležitou roli v jejich každodenním životě,“ říká generální ředitel společnosti ETA Albert van Gelder, který má zkušenosti z vedení řady českých firem.

Distribuci letáků bude kontrolovat Incoma

V rámci platformy Svazu obchodu ČR bylo letos v červnu vyhlášeno výběrové řízení na dodavatele metody kontroly neadresné distribuce letáků. Výběrová komise, ve které byly zastoupeny maloobchodní řetězce napříč všemi formáty, vyhodnotila jako nejlepší nabídku společnosti Incoma. „Investice maloobchodních řetězců do komunikace prostřednictvím neadresných letáků tvoří významnou část marketingových rozpočtů těchto firem. Je tedy logické, že obchodníci mají zájem, aby existoval přehled o tom, nakolik jsou jednotlivé subjekty úspěšné,“ vysvětluje Boris Malý ze společnosti Globus ČR, který zastupuje výběrovou komisi. V následujícím období bude probíhat jednání o uzavření smlouvy s Incomou. Cílem všech zainteresovaných je mít vše připraveno na jaře příštího roku.



Říjnová recyklománie systému Asekol

Každý, kdo v obchodech s elektronikou v průběhu října zakoupí nový televizor nebo počítačový monitor a přitom prodejci odevzdá svůj starý k recyklaci, obdrží 500 Kč. Kampaň pod názvem Recyklománie pořádá kolektivní systém Asekol, který se zabývá organizací zpětného odběru a recyklací vysloužilých elektrozařízení. Kampaň má podpořit nejen ochranu životního prostředí, ale probíhající digitalizaci. „Spotřebitel při nákupu obdrží bonusový šek, který spolu s kopií účtenky zašle k nám do Asekol. Následně od nás obdrží částku 500 Kč,“ objasňuje proces vyplacení peněz Jan Vrba ze společnosti Asekol. Aktuální seznam prodejců a značek zapojených do projektu je od 1. října k dispozici na www.recyklomanie.cz.

DPD rozšiřuje služby v Africe

Skupina GeoPost v červnu tohoto roku rozšířila svou síť afrických poboček. Rozšíření expresní sítě DPD Classic předcházelo rozsáhlé testování a školení místních pracovníků. První měsíc ostrého provozu proběhl v srpnu. Mezinárodní expresní přeprava zásilek prostřednictvím sítě DPD je nyní možná i v Alžírsku, Maroku, Burkině Faso, Nigeru a Pobřeží slonoviny. V těchto zemích byla již dříve nabízena služba DPD Express a nyní mají zákazníci možnost využít i DPD Classic. Po zkušebnímu provozu jsou objemy DPD Classic zatím relativně nízké. V nejbližší době se očekává výrazný nárůst. Příkladem jsou objemy DPD Express, které v tomto regionu v červenci dosáhly 8074 přepravených zásilek.

Padělky škodí v miliardách eur

Šířením padělaného zboží vznikají evropským výrobcům spotřebního zboží škody za více jak 35 mld. eur ročně, což odpovídá přibližně 2 % z celkové výše společného ročního obrátu všech těchto výrobců. S falzifikáty se podle společnosti Ernst & Young pravidelně potýkají dvě třetiny dotazovaných subjektů. Nejčastější jsou padělky oblečení a módních doplňků, cigaret, audiovizuálních nosičů a farmaceutik. Stále více se ale objevují i falzifikáty v potravinářském průmyslu. Celní úředníci států EU zajistili v roce 2007 přes 79 milionů kopií a padělaného zboží. Výrobci v rámci všech sledovaných skupin výrobků přitom počítají s dalším nárůstem této hrozby.

Personálie

- Právní oddělení společnosti Tesco Stores ČR má od září nové vedení. Na pozici ředitelky právního oddělení nastoupila Jitka Součková se zkušenostmi z právní praxe. Působila v minulosti jak v advokátních kancelářích jako advokátka, tak v mezinárodních firmách jako vedoucí právního oddělení.
- Thomas Rudelt, který dosud pracoval jako ředitel nákupu potravin a spotřebního zboží, převzal k 1. říjnu pozici head of corporate own brand management v rámci managementu mateřské společnosti Metro. Jeho následníkem je Roberto Mancuso, který dosud pracoval jako senior nákupčí v Makro Španělsko.

25.11.2008, Hotel Novotel

Business Breakfast

Optimalizace nákupu

Procesy ► Náklady ► Výkony

Controller-Institut
Controlling Finance Management



Více informací na:

www.controlling.cz, tel.: +420/233 326 841
lukas.kokotek@controlling.cz