

line REGAL

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 43/08, 9. 12. 2008

Obalový galavečer 2008

Čtrnáctý ročník české národní soutěže Obal roku, jejímž organizátorem je Obalový institut SYBA, byl dne 27. listopadu slavnostně ukončen galavečerem v pražském hotelu Olympik Artemis. Před zraky více než 200 hostů z řad výrobců obalů, uživatelů, designérů, konstruktérů, ale i dalších odborníků byla předána ocenění za 37 úspěšných exponátů v následujících kategoriích: spotřebitelské obaly; spotřebitelské obaly – dárkové; skupinové obaly a displeje; obalové materiály; etikety, uzávěry, fixace a ostatní pomocné obalové prostředky a přepravní a technologické obaly.

Obalový galavečer, kterým provázela moderátor Jan Pokorný, se konal za podpory partnerů, kterými byly společnosti SCA Packaging Česká republika, Obchodní tiskárny, člen skupiny OTK Group, Thimm Obaly a společnosti ABF, pořádající veletrh For3P. Mezi mediálními partnery byl také odborný časopis Regal.

Ocenění Obal roku 2008 byla předána následujícím přihlašovatelům a spolupracujícím firmám: Alfa Plastik, Antalis, Barco, Cocoon, Crystalex, Čokoládovny Fikar, Duropack Bupak Obaly, Emba, Fiala & Šebek, Grafobal, Granette, greiner packaging international, greiner packaging slušovice, Heineken Slovensko, Hewlett-Packard, Inotech ČR, Jemča, Jihočeské tiskárny, člen skupiny OTK Group, Jokey Praha CZ, Josef Blažek, Kostecké uzeniny, Kraft Foods CR, Label design, Line Art Group, Madeta, Nestlé Česko, Nestlé Česko – závod Zora Olomouc, Obchodní tiskárny, člen skupiny OTK Group, Penam, Perplex, Plastové Přepravní Obaly, Poex Velké Meziříčí, Pragosojka, Primalex, SCA Packaging Česká republika, Smurfit Kappa Czech – závod Žimrovice, Smurfit Kappa Olomouc, Škoda Auto, Tart, Thimm Obaly, Thimm Service, Top tisk obaly, Unipap, VMT Ecopack a Zálesí.

Cílem příštího ročníku soutěže Obal roku 2009 je vyzdvihnout kvalitní grafický i konstrukční design, zdůraznit pozitivní roli obalů v současné společnosti a zvyšovat prestiž obalového odvětví v očích široké veřejnosti. Uzávěrka přihlášek do soutěže bude 31. května 2009.

Ardo přebírá Austria Frost

Společnost Ardo převzala k 1. prosinci 2008 rakouskou společnost Austria Frost. Nová akvizice společnosti se jmenuje Ardo Austria Frost a znamená navýšení obrátu Ardo skupiny o 40 mil. eur. Ardo hodlá společnost stabilizovat a rozvíjet na základě vedoucí pozice společnosti na rakouském trhu. „Nová akvizice přesně odpovídá politice expanze společnosti Ardo. Rakousko je skvělou lokalitou pro další rozvoj a posilování společnosti Ardo ve střední a východní Evropě. Austria Frost těží z ideální polohy v zemědělské oblasti, kde stěžejními druhy zeleniny jsou hrášek, špenát a mrkev,“ dodává Lukáš Moravec, marketing manažer, Ardo Mochov. Některé úspěšné produkty budou podle jeho vyjádření v rámci Ardo skupiny integrovány do sortimentu Ardo značek (Mochov, Groko, Findus, Ardo atd.).

Leden ve znamení nových POS technologií

Dne 15. ledna 2009 nabídne společnost POS Media Czech Republic inovativní in-store nosič – LCD panel umístěvaný v českém řetězci Tesco. LCD obrazovky na plochách hypermarketů budou ve velikostech 32 až 42 palců. Poběží na nich reklamní spoty pomocí off-line systému, který není závislý na internetovém připojení, tedy jeho dysfunkci může ovlivnit pouze výpadek elektrického proudu.

„Toto ‚revoluční‘ pojetí in-store prezentace do budoucna chystáme pro celou skupinu POS Media Europe. Projekt byl nazván Digital signage a po České republice bude následovat implementace v průběhu roku 2009 na Slovensku,“ dodává Pavlína Klementová, marketingová manažerka, POS Media Czech Republic.



VE 12. ČÍSLE NAJDETE:

- Trendy v nejbližší sezóně 2009
- Generace X
- Funkční potraviny

Regal 12/2008 vyjde 12. prosince
Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Veletrh Slow Food

Další ročník veletrhu Slow Food se bude konat v německém Stuttgartu od 2. do 5. dubna 2009 na Novém výstavišti u letiště. Tento „Trh dobré chuti“ se zabývá stolováním – pomalým stravováním. Organizace Slow Food Prague spolu s Česko-německou obchodní a průmyslovou komorou zajišťuje poprvé v historii účast českých firem. Na veletrh se přihlášily a byly k účasti odsouhlaseny tyto firmy: Rudolf Jelinek, A. W., Croy Concept, Ceria, Jipo-CZ, Třeboňský kapr, Milan Kantorek - Kmínový likér, Pivovar Náchod, Včela-produkt, Jankar Profi a Řeznictví a uzenářství Václav Kozel. Kontakt: info@slowfood.cz.

DHL Express rozšiřuje přepravu

DHL Express Competitive Transit Time Program (CTTP) – Program konkurenčních přepravních časů DHL Express – přinesl vytvoření dalších více než 27 tisíc konkurenčních přepravních časů na trasách „z města do města“ mezi Evropou, východní Evropou, Středním východem a Afrikou (EEMEA). Nové trasy linkové přepravy, spojení přes nový středoevropský uzel v německém Lipsku a kvalitní pozemní infrastruktura umožnily vylepšení nabídek přepravních časů na více než jedné třetině všech tras mezi Evropou a EEMEA. Bylo zřízeno zhruba 1300 nových obchodních tras s časem doručení dokumentů do 24 hodin, což znamená navýšení objemu dodávek do 24 hodin o 27 % ze 4735 na 6033.

Jedním z klíčových rozhodnutí je rovněž zřízení služby dodávek do 24 hodin ze všech velkých evropských měst a obchodních center do Moskvy a Petrohradu (Rusko je druhou největší destinací pro Express dokumenty v Evropě).

Nový model distribuce v České republice

Společnost Cadbury se rozhodla od 1. února 2009 změnit způsob distribuce svých produktů v Česku a navázat spolupráci s distributorem, který ponese odpovědnost za prodej na tuzemském trhu. Tento krok má pomoci konsolidovat a dále rozvíjet stávající portfolio produktů, a to prostřednictvím zvýšení efektivity a rozsahu distribuce produktů Cadbury. Ohlášené rozhodnutí znamená, že Cadbury nebude mít nadále v Praze kancelář a že společnost bude na tomto trhu působit výhradně prostřednictvím distributora. V současné době firma v ČR zaměstnává přibližně 20 osob.

Vánoce na odpovědný způsob

Dárky, suroviny na sváteční pečení, subtropické ovoce i samotný vánoční stromeček – to vše lze již dnes zakoupit s ohledem na přírodu a obyvatele rozvojových zemí. Stačí se spolehnout na značky šetrné spotřeby, které se zatím u nás ustálily tři: Bio, Fairtrade a FSC. Označují produkty ekologického zemědělství (Bio), spravedlivého obchodu (Fairtrade) a výrobky z šetrně obhospodávaných lesů (FSC). Informace o těchto značkách lidem letos před Vánoci společně přináší tři české ekologické organizace – Hnutí Duha, Společnost pro Fair Trade a FSC Česká republika. Na webových stránkách www.svetvnakupnimkosiku.cz lze najít tipy, kde výrobky nakoupit, a další rady pro ekologické Vánoce. Projekt podpořila Nadace Partnerství.

Bločky Post-it s certifikátem české ekoznačky

Poznámkové bločky Post-it z recyklovaného papíru od společnosti 3M získaly od ministerstva životního prostředí certifikát české ekoznačky v kategorii Ekologicky šetrný výrobek.

Slavnostní předávání certifikátů se konalo 12. listopadu v Betlémské kapli v Praze, kde ministr Martin Bursík udělil rovněž již tradiční Ceny ministra životního prostředí významným osobnostem z oblasti vědy, ochrany přírody a životního prostředí. Společnost 3M se tak stala jednou ze tří oceněných firem, kterým byla česká ekoznačka letos udělena. Další dvě firmy ji získaly v kategoriích Ekologicky šetrná služba a EU Květina.



Electro World znovu otevřel prodejnu

Společnost Electro World znovu otevřela 1. prosince prodejnu v Ústí nad Labem, která byla zničena nezaviněným požárem na konci loňského roku. Shořel sortiment a byla poškozena i budova pronajímatele. „Znovuotevření ústecké prodejny poskytne zákazníkům toho regionu komfortní nákupy a snáží dostupnost našeho elektro sortimentu. Za důležité také považujeme to, že se nám podařilo obnovit provoz ještě letos před vánočními svátky, které jsou pochopitelně pro nás i zákazníky vrcholem sezony,“ komentuje Jiří Klíčník, generální ředitel společnosti Electro World Česká republika. Ve znovuotevřené prodejně o ploše 2000 m² najdou zákazníci z Ústí nad Labem a okolí veškerý sortiment obvyklý pro prodejny této velikosti. „Období od požáru jsme využili také pro vybudování nového designu prodejny, takže zákazníci zaznamenají větší pohodlí při svých nákupech,“ dodává Jiří Klíčník. Nová prodejna se znovu zařazuje mezi 36 prodejen ve střední Evropě.

OKI má novou reklamu

Společnost OKI Printing Solutions, specialista na profesionální kancelářský tisk, rozšířila svou podzimní „zvířecí“ reklamní kampaň na podporu prodeje barevných tiskáren a multifunkčních zařízení o již několik let nepropagovanou kategorii jehličkových tiskáren. „Od inzercí jehličkových tiskáren si slibujeme posílení spojení značky OKI s touto specifickou produktovou kategorií. Navíc věříme, že vizuál s ježkem zaujme i širší cílovou skupinu,“ říká Jana Bořilová, marketing executive společnosti OKI.

Internetový obchod s luxusem

Společnost Interior 24 You, prodejce luxusního bytového textilu a interiérových doplňků, otevírá na adrese www.interior24.com nový internetový obchod zaměřený na prodej světoznámých značek interiérového zboží. Firma získala v ČR exkluzivitu pro internetový prodej italské značky Dauenstep (kvalitní peřiny, luxusní přehozy), britské značky Rufflette (závěsné tyče a systémy, luxusní látky v metráži, dekorativní úvazy) a německého výrobce koberců Luxor (koberce Swarovski). Majitelka Daniela Havrdová říká: „Neprezentujeme se jako klasický internetový obchod s vybraným zbožím, ale nabízíme řadu doplňkových služeb – spolupracujeme s bytovými designéry, švadlenami specializovanými na výrobu bytového textilu, montéry a podobně. Proto naše stránky prezentujeme jako webový katalog, naši zákazníci si v něm mohou listovat v klidu domova a pak se na nás obrátit s konkrétním požadavkem.“

Tržby v SR v říjnu vzrostly

Maloobchodní tržby na Slovensku rostly v říjnu stejným tempem jako v předešlém měsíci. Meziroční růst tržeb ve stálých cenách zůstal na zářijové úrovni 4,6 %. Podle ČTK o tom informoval slovenský statistický úřad. Celkové tržby v maloobchodě v říjnu v běžných cenách stouply na 43,77 mld. Sk ze 40,76 mld. Sk v září. Nejvíce, zhruba o tři pětiny, se obrát meziročně zvýšil v kategorii opravy domácích potřeb, která však tvoří jen zlomek celkových tržeb. Nejprudší pokles zaznamenaly tržby v nespecializovaných prodejnách, a to o 16 % na 11,26 mld. Sk.

Závazek společnosti Elopak

Společnost Elopak, výrobce a dodavatel balicího systému pro balení do nápojových kartonů pro nesyčené tekuté potravinářské výrobky, v březnu letošního roku podepsala tříletou smlouvu o partnerství s World Wide Fund (WWF) for Nature v Norsku, jejímž hlavním cílem je přispět ke snížení emisí oxidu uhličitého.

Firma se tímto zavázala snížit produkci oxidu uhličitého při svých výrobních a prodejních aktivitách o 15 %, a to již v roce 2010. Společnost Elopak začala v rámci tohoto projektu měřit nejenom uhlíkovou stopu svých výrobních zařízení, ale rovněž každého zaměstnance. Například uhlíková stopa ředitele firmy Elopak představuje 23 tun CO₂ za rok.

Cannes hostilo veletrh MAPIC

Festivalový palác francouzského Cannes se od 19. do 21. listopadu stal dějištěm 14. ročníku veletrhu MAPIC, zaměřeného na nemovitosti pro komerční využití. Do Cannes letos přijelo na 9500 účastníků z 974 vystavujících společností 67 zemí celého světa z řad developerů, investorů, realitních agentur, zástupců měst a celých regionů, maloobchodních řetězců, nádraží a letišť. Ti se prezentovali na více než 12 700 m² výstavní plochy.

Vzhledem k zaměření veletrhu MAPIC, které je specifitější než globální jarní mega veletrh MIPIM, byla i účast České republiky méně početná. Do Cannes přijelo více než 40 v tuzemsku působících společností; nejvíce byli zastoupeni developéři (mimo jiné Develon, Quinlan Private, Orco Property Group, AIG/Lincoln, ING Real Estate, Ségécé Česká republika, Multi Development Czech Republic či Ballymore Properties) a maloobchodní řetězce (např. Asko Nábytek, Euronics, Kenvelo Czech Republic, McDonald's CZ, Pietro Filipi, Tchibo Praha).

Visa payWave v Německu

Společnosti Visa Europe, Landesbank Berlin a Gemalto oznámily zavedení bezkontaktních plateb v Německu. Prostřednictvím karty Visa payWave, vybavené bezkontaktním čipem, je

(Pokračování na stránce 3)

Nejdražší je ulice Na Příkopě

Pátá Avenue v New Yorku je i v roce 2008 nejdražší nákupní ulicí na světě. Pražská ulice Na Příkopě je nejdražší v ČR a v žebříčku Hlavní nákupní ulice světa si o dvě místa pohoršila oproti loňskému roku, když letos obsadila 20. místo. Žebříček každoročně zpracovává společnost Cushman & Wakefield, poradenská firma v oblasti nemovitostí.

„Nájemné v obchodních jednotkách na pražských Příkopech dosahuje až 2160 eur za metr čtvereční ročně, což je nárůst o 120 eur oproti loňskému roku. Tato částka je dána především omezeným množstvím prodejních ploch v této lokalitě,“ říká Martin Žižala, vedoucí pronájmu maloobchodních ploch v Cushman & Wakefield v Praze.

Dům barev mění tvář i strategii

Dům barev, síť maloobchodních prodejen specializovaných na prodej náterových hmot, se stává „Vaším expertem na barvy“. Do nového sloganu, který byl přidán k mírně upravenému logu, se promítla změna ve strategii fungování řetězce v ČR. Síť v současnosti tvoří 110 prodejen, které začaly postupně procházet kompletní proměnou, od grafické úpravy loga až po přestavbu regálů a umístění zboží v prodejních. „Získali jsme výsadní postavení co do počtu prodejen, nyní se chceme soustředit hlavně na kvalitu služeb pro naše zákazníky, jejichž nároky rostou. Chceme pro ně připravit jiný zážitek z nakupování a stále poskytovat profesionální poradenství odborně vyškolených prodáváčů, na které jsou zvyklí,“ vysvětluje nový koncept Terezie Tomšíkové, marketingová manažerka. „Podobu prodejen chceme unifikovat co do nabídky, cen i vizuální identity, abychom zákazníkovi usnadnili orientaci. Zaměříme se na zkvalitnění merchandisingu, samozřejmě budeme respektovat i regionální odlišnosti,“ doplňuje.



Interspar s kampaní Vánoce bez stresu

Letošní Vánoce v Intersparu provází vánoční kampaň nazvaná Vánoce bez stresu. Přípraveny jsou vánoční katalogy plné tipů na dárky, ale také dobrot na vánoční stůl a nová série čtyř vánočních televizních spotů. Koncept televizních spotů je postaven na chování lidí při nakupování, pro které je v období Vánoc typický spěch, stres, nervozita při získání nákupního vozíku, ve frontách u pokladen nebo na parkovišti.

Proto působí absurdně, když se v Intersparu lidé chovají jako obvykle, aniž k tomu mají při vánočním shonu důvod. Hlavním sdělením kampaně tak je, že Interspar nabízí neobyčejně široký sortiment potravinářského i nepotravinářského zboží, v oddělení čerstvých potravin zákazníci vždy najdou čerstvé ovoce a zeleninu, lahůdky, uzeniny a maso.

Třinácté Makro v Karlových Varech

Dne 3. prosince bylo v Karlových Varech otevřeno třinácté velkoobchodní samoobslužné centrum Makro Cash & Carry ČR. Na prodejní ploše 7400 m² zákazníci najdou více než 50 tisíc položek potravin i spotřebního zboží. Dosud se v této provozovně zaregistrovalo 16 700 podnikatelů z karlovarského regionu. „Jsme rádi, že se nám podařilo zrealizovat rozšíření naší velkoobchodní sítě do regionu, kde byla po spolupráci s námi výrazná poptávka. V oblasti Karlovarska totiž působí celá řada podnikatelů z oblasti gastronomie, drobných obchodníků a jiných oblastí podnikání (kanceláře, služby a firmy). Naše nabídka je určena zejména pro ně a nyní budou mít vše o poznání snazší, za naší nabídkou a službami už nebudou muset dojíždět do poboček v Ústí nad Labem nebo do Plzně,“ říká Pavel Hofman, ředitel karlovarského velkoobchodního centra.

Čtete časopis REGAL!

Ukázkový výtisk ZDARMA si můžete objednat na internetové adrese <http://ib.ihned.cz/predpla/nazk.php?tit=RE>



(Pokračování ze stránky 2)

možné provádět platební transakce během necelé sekundy. Pro provedení platby do výše 20 eur stačí jen mávnout kartou u čtečky a celá transakce proběhne bez nutnosti zadávat PIN. K tomu jsou zákazníci vyzváni jen namátkově, aby byla zajištěna vyšší bezpečnost.

Karty Visa payWave jsou vydávány ve spolupráci se společností Gemalto, která se specializuje na oblast technologií a bezpečnostních služeb. Landesbank Berlin bude vydávat platební karty Visa payWave v rámci pilotního projektu.

Tržby v EU klesly

Jak uvedla ČTK, maloobchodní tržby v Evropské unii se v říjnu ve srovnání s předchozím měsícem snížily o 0,3 %. V eurozóně tržby poklesly ještě více – o 0,8 %. K poklesu přispěly hlavně nižší tržby v nepotravinářském sektoru. Vychází to z údajů, které zveřejnil evropský statistický úřad Eurostat. Zpráva podle analytiků potvrdila, že poptávka v recesi postižené ekonomice eurozóny zůstává slabá a zdůraznila nutnost dalšího snížení úrokových sazeb. Tržby z prodeje potravin, nápojů a tabáku se v EU meziměsíčně zvýšily o 0,1 %, v eurozóně však klesly o 0,5 %. V nepotravinářském sektoru se obrát v EU snížil o 0,7 a v zemích platících eurem o 0,9 %.

Personálie

- Markéta Charvátová převzala zodpovědnost za oddělení spotřebitelského výzkumu společnosti The Nielsen Company v ČR a SR. Dopotud pracovala v oddělení kvalitativního výzkumu GfK.
- Společnost ProLogis oznámila jmenování Mario Sanderu do pozice market officer pro Českou republiku a Slovensko. Bude zodpovědný za pronájem, akvizice a budoucí rozvoj portfolia v ČR a SROV. Sander dříve působil jako senior viceprezident pro development pro střední a východní Evropu. Ve své nové pozici jako market officer bude navíc zodpovídat za build-to-suit program ProLogis ve střední a východní Evropě. Tyto aktivity jsou v současnosti až do odvolání pozastaveny, jak už bylo dříve oznámeno.
- Novou manažerkou interní komunikace společnosti Ahold Czech Republic byla jmenována Jana Olejníková. Od poloviny listopadu je zodpovědná za vedení týmu interní komunikace, přípravu strategie a řízení interních komunikačních nástrojů. Vystřídala Lenku Rogerovou.
- Příchod nového market manažera oznámila společnost Fiat ČR – Iveco. Marcel Šulek přichází do České republiky ze Slovenska, kde působí jako market manažer již od roku 2004. Ke slovenskému trhu tak nyní přidává i trh český.

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.