

# REGAL<sup>line</sup>

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 39/09, 10. 11. 2009

## Zákon na „zlé“ obchodníky platí

Česká republika bude mít zákon, který reguluje chování obchodních řetězců. Sněmovna totiž podle serveru ihned.cz 3. listopadu přehlasovala prezidentovo veto. Zákon podpořili hlavně poslanci ČSSD, KSČM, přidali se i zelení. Zákon by tak měl zároveň umožnit kontrolu retailerů, kterou však již předtím na návrh Senátu zúžil pouze na prodej zemědělských a potravinářských produktů. Řetězcům má podle předlohy hrozit až desetimilionová pokuta nebo trest v hodnotě 10 % z obrátu za zneužití tržní síly. Zákon vyjmenovává, které praktiky jsou zneužitím tržní síly. „Nový zákon představuje největší zásah do maloobchodního prodeje od jeho liberalizace začátkem 90. let. Stávající dominantní postavení jedné strany považujeme za dlouhodobě neudržitelné, máme však za to, že chytří maloobchodníci si sami nastaví takové podmínky, které umožní jejich dodavatelům dlouhodobý rozvoj, tvorbu potřebného zisku a prostor pro dodávky kvalitních a inovativních produktů. Nepovažujeme proto takový zásah do tržních podmínek mezi komerčními subjekty na plně liberalizovaném trhu, jako je maloobchodní, za vhodný,“ uvádí Jan Bízik, odborník na maloobchod PricewaterhouseCoopers. Podle něj může v konečném důsledku dojít k pokřivení trhu a pravděpodobným dopadům na spotřebitele v podobě vyšších cen. „Úprava obchodního modelu v takovém rozsahu je pro řetězce velmi komplikovaná. Některá ustanovení zákona nejsou jednoznačná nebo připouštějí dvojí výklad, takže až čas ukáže, jaká bude jeho aplikace v běžné obchodní praxi,“ upozorňuje.



Podle Aleše Kubáče, specialisty na maloobchod z advokátní kanceláře Ambruz & Dark, jde o „revoluční legislativní změnu v oblasti maloobchodního prodeje potravinářského zboží, troufám si tvrdit, že největší v historii České republiky“. Prezidentu Václavu Klausovi se na zákonu nelíbilo to, že nevhodně reguluje vztahy mezi dodavateli a odběrateli na maloobchodním trhu a vykazuje řadu legislativních nedostatků. Klaus uvedl, že podobný zákon vrátil sněmovně již v roce 2006. Klausovi také vadilo, že původní návrh, kdy se měly řetězce řídit etickým kodexem, byl postupně přepracován v zákon s „desetistránkovou přílohou zákazů a regulací“. Zákon kritizovala řada institucí včetně antimonopolního úřadu, VŠE a opakovaně s ním nesouhlasila i Topolánková vláda.

„Zákon neposkytuje ochranu před možným zneužitím ekonomické síly obchodních řetězců. Bez ohledu na platnost jiných zákonů ukládá zákazy, které představují nepřiměřený zásah do smluvní volnosti a zasahuje do již platných právních předpisů. To platí především o jeho vztahu k zákonu o ochraně hospodářské soutěže, k němuž by měl být – podle důvodové zprávy – zvláštním předpisem. Obsah nového zákona a v něm použité metody regulace však vedou opačným směrem,“ uvedl v odůvodnění veta prezident. Proti zákonu se již dříve také postavil Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR. Předlohu označil za asociální, podle něj zakládá riziko zvýšení cen potravin na českém trhu a dále riziko poklesu podílu dodávek zboží od tuzemských výrobců potravin do obchodních sítí. Normu podrobil kritice také Evropský svaz obchodu EuroCommerce; návrh ČSSD by podle něj údajně poškodil obchodníky, jejich tuzemské dodavatele i spotřebitele.

## Značkový internetový obchod Samsung mobile

Společnost Samsung Electronics spustila ve spolupráci s firmou Setos značkový internetový obchod <http://obchod.samsungmobile.cz>. Návštěvníci v něm naleznou ucelenou nabídku telefonů a příslušenství Samsung podpořenou bohatým informačním a obrazovým materiálem. Navíc každý, kdo se rozhodne koupit si telefon Samsung touto cestou, si může být jistý, že získá telefon určený pro český trh s plnou zárukou. Internetový obchod Samsung mobile je alternativou ke značkovým prodejnám Samsung (Palác Flora Praha, Olympia Brno). Z pohodlí domova si zákazník vybere model a do 48 hodin od objednání ho bude mít u sebe. Vybraný mobil Samsung si lze vyzvednout i osobně na jednom z 20 prodejních míst. Provozovatel obchodu nabízí možnost využití splátek.

**Předplatitelé časopisu REGAL mají přístup do on-line archivu  
ZDARMA na adrese <http://predplatitel.ihned.cz>.**

**Regal 11/2009  
vyjde 18. listopadu**



**V ČÍSLE 11 NAJDETE:**

- Co čeká prodejny na čerpacích stanicích?
- Zákazník českou hračku pozná
- Příloha: Logistika a doprava v obchodu

**Předplatné na [www.eregal.cz](http://www.eregal.cz)**

**economia**  
OBSAH ROZHODUJE

## EuroCIS 2010 – významný krok

EuroCIS, evropský veletrh zaměřený na IT a bezpečnost v retailu, se uskuteční od 2. do 4. března 2010. V halách 13 a 14 düsseldorfského výstaviště se očekává účast více než 200 vystavovatelů z Německa a zahraničí. K dispozici jim bude výstavní plocha o velikosti 16 tisíc m<sup>2</sup>. V zájmu budoucí konkurenceschopnosti v oblasti maloobchodu je moderní IT nepostradatelná v podstatě pro každý sektor. EuroCIS je jedinečný obchodní veletrh v rámci Evropy, kde se koncentruje veškeré IT know-how specifické pro retail a kde jsou prezentována všechna relevantní, pro budoucnost důležitá témata. Danou škálu tvoří: pokladniční řešení, sítě, mobilní a bezdrátová řešení, vedení skladu, řízení dodavatelského řetězce, POP technologie, váhové systémy, RFID, CRM, pokladniční management, systémy proti krádežím a ztrátám, internacionalizace IT systémů, inovativní platební systémy (mobilní platby, identifikace otisky prstu atd.), zelené IT, sledování a kontrola přes digitální video a řešení pro digitální nápisy v rámci POP.

## Investice ve 3. čtvrtletí vzrostly

Na evropském realitním trhu začínají konečně rašit zelené výhonky zotavení – objem investic do nemovitostí ve třetím čtvrtletí vyskočil o 53 %, výnosy se stabilizovaly, a dokonce i na trhu práce byl zaznamenán povzbuzující vývoj, který se přinejmenším přibližuje stabilitě. Uvádí to nejnovější zpráva společnosti Cushman & Wakefield o vývoji investic na evropském trhu komerčních nemovitostí. „Trh se stále potýká s mnoha problémy, ale po dvou čtvrtletích růstu a s mnohem lepší náladou na trhu je jasné, že jsme překonali významný mezník,“ uvádí James Chapman, vedoucí oddělení kapitálových trhů společnosti Cushman & Wakefield v ČR. „Problémem je však nedostatek na straně nabídky, kdy banky sice obecně půjčky poskytují, ale řada prodávajících s prodejem nepospíchá a doufá, že se zlepší ceny. Objem investic se ve druhém pololetí roku 2009 zvyšuje, ale očekávání pro rok 2010 zůstávají nadále konzervativní,“ dodává.

## Začal Listopad – Měsíc kvality v ČR

Již podesáté je Listopad Měsícem kvality v ČR. Naše země se tak připojuje k téměř stovce států světa, které si v listopadu připomínají Světový den kvality a Evropský týden kvality. Řada akcí v celém světě připomene kvalitu jako významný fenomén 21. století. „Česká republika má díky Národní politice kvality jeden z nejlepších systémů podpory kvality na světě“, říká Robert Szurman, předseda Rady kvality ČR. „Máme jednotné centrum, ze kterého koordinujeme všechny aktivity, které se ke kvalitě vztahují. Bohužel ale programy, které spotřebitelům i podnikatelům nabízíme, nejsou dostatečně využívány.“ Využití programů na podporu kvality záleží do značné míry na informovanosti veřejnosti. Předat maximum informací o nových trendech v kvalitě je i hlavním úkolem téměř 20 akcí, které se uskuteční.

## Mistrem sommeliérů ČR je Tomáš Brůha

V pražském hotelu The Augustine se 4. listopadu uskutečnil již 12. ročník mistrovství České republiky sommeliérů Trophée Bohemia Sekt – Sommelier ČR 2009.

Soutěže se zúčastnilo 32 sommeliérů, reprezentujících 30 restaurací, výrobců, dovozců, vinoték i škol. Nejlepším sommeliérem České republiky roku 2009 se stal Tomáš Brůha, hlavní sommeliér společnosti Bohemia Sekt, který první cenu v prestižní soutěži získal již podruhé. Druhé místo obsadil Otakar Žoudlík, restaurant La Casa Argentina a na třetí příčce se umístil Jakub Král, In Vino Trading.



## Genzer a Suchánek v kampani Expert Elektro

Společnost Expert Elektro, člen mezinárodní sítě elektroprodejen, realizuje ve spolupráci s duem Genzer a Suchánek neobvyklou reklamní kampaň. Na vybraných jedenácti prodejnách v sedmi regionech populární dvojice umělců do 27. listopadu představuje vtipnou formou několik vybraných elektro výrobků. Kampaň s názvem „Genzer a Suchánek: Netradiční předváděcí akce. Výrobky, jak je neznáte!“ odstartovala 15. října v Chomutově. Je podpořena billboardy, celorepublikovými letákovými akcemi a upoutávkami v prodejnách. Součástí je také zákaznická soutěž o nejlepší scénář netradiční předváděcí akce, která probíhá na internetových stránkách firmy. Vítěz získá vstupenky na natáčení pořadu Mr. GS. Na internetových stránkách je také postupně možné zhlédnout videa z originálních předváděcích akcí s Genzerem a Suchánkem z vybraných prodejen.

## Outletové centrum slaví narozeniny

Nejoblíbenějším dárkem oslaví Fashion Arena Outlet Center v Praze-Štěrboholicích své druhé výročí otevření. Během prodlouženého víkendu v polovině listopadu (13. až 15. listopadu) nabídne většina obchodů prvního pražského outletového centra další dodatečné slevy na celé nákupy k již tradičním slevám minimálně 30 %. „Každý obchod, který se akce zúčastní, bude označený samolepkou s příslušnou slevou – například -30 %. Spotřebitel ho navštíví, vybere si jakékoli zboží (zlevněné/nezlevněné/v akci), u pokladny mu vše sečtou a dají příslušnou slevu 30 % na celý nákup,“ vysvětluje Iva Janovská, marketingová manažerka Fashion Arena Outlet Center. V sobotu 14. listopadu proběhne také soutěžní Lego den, organizovaný obchodem s dětským zbožím Pompo.



## Moderní výzkumy veřejného mínění

Společnost Fast Connect představila výzkumný projekt Prosebe.cz. Jde o platformu využívající moderní trendy v oblasti komunikace pro sběr a vyhodnocování informací o názorech široké veřejnosti. Projekt pracuje s panelem více než 30 tisíc respondentů, kteří jsou rekrutováni např. i pomocí sociálních sítí. „Interaktivní práce s respondenty nám umožňuje realizovat bleskové výzkumy, které nejen důsledně zachovávají všechny sociologické standardy, ale nabízejí také mnohem širší škálu prostředků a tím i podrobnější výstupy než klasické formy průzkumů,“ komentuje nový projekt jeho ideový lídr Jaroslav Cír. Kromě průzkumů pro komerční společnosti z oblasti FMCG apod. realizuje firma také vlastní průzkumy na aktuální a společenská témata.

## Do Makra budou moci i děti

Velkoobchodní společnost Makro C&C ČR umožňuje během pěti předvánočních neděl (od 8. listopadu do 6. prosince) poprvé v historii vstup zákazníků do velkoobchodu i s dětmi. Tímto krokem reaguje na současnou složitou situaci živnostníků, kteří omezují počty zaměstnanců a na nákupy jezdí daleko více sami. Kvůli přítomným dětem bude zajištěna zvýšená bezpečnost.

## Distribuce pro Systagenix

Společnost DB Schenker získala tříletý kontrakt na celoevropskou distribuci zdravotnického materiálu pro britskou firmu Systagenix. Distribuční síť zajistí doručování zásilek po celé Evropě, a to do 48 hodin. DB Schenker vytvoří kompletní distribuční řetězec začínající ve výrobním závodu v britském Gargrave a končící u dveří zákazníků. K rychlé distribuci citlivého zdravotnického materiálu budou zřízena dvě logistická centra – v Praze a ve španělské Gironě. Praha bude sloužit jako logistické centrum pro celou oblast střední Evropy, Girona bude centrem pro Evropu jižní.

## Přírůstek produktů THIMM xPOSe

Nejnovější vývoj společnosti THIMM je kombinací elastického kroužku a prodejního obalu, který vytváří v prodejním regálu několik úrovní. Je doplněním rodiny inovativních produktů regálových obalů vhodných do obchodů (Retail Ready Packaging) s integrovaným zařízením pro vytahování, zasunování nebo zvedání, které jsou uváděny na trh pod značkami THIMM-xPOSe. Nová konstrukce změní regálový obal na prezentační v místě prodeje (POS) a je vhodná obzvláště pro různé druhy produktů v jedné prodejní jednotce.

Při odstranění víka transportního obalu se část dna posune nahoru. Díky vzniklému efektu schodiště jsou vidět další čelní strany produktů uvnitř obalu, které přitom bez další manipulace v místě prodeje optimalizují prezentaci zboží.

## IF communications design award

Mezinárodní sedmnáctičlenná porota udělila IF communication design award 2009 promotion displeji společnosti THIMM ve formě adventního kalendáře. Soutěže se zúčastnilo celkem 1368 příspěvků z 24 zemí. Nástěnný kalendář je koncipován jako zvláštní reklamní dárek v době adventu a od jiných standardních kalendářů se liší svou formou. Je vyroben z ekologické lepenky a může být v závislosti na vydání různorodým způsobem zušlechťen v kvalitním ofsetu nebo digitálním tisku – od tvaru přes firemní logo až po obrázky produktů nebo osobní fotografie jednotlivých pracovníků. Dalším originálním detailem jsou jednotlivé přihrádky kalendáře, které mohou být rovněž individuálně naplněny malými dárečky. Tímto způsobem se může odesílatel obchodním partnerům připomínat milým způsobem každý den.

## Johnnie Walker – top značka

Podle začátkem listopadu zveřejněného výzkumu je Johnnie Walker značkou, která má největší hodnotu ze všech značek whisky na světě. Výsledky výzkumu BrandZ Top 100 Most Valuable Global Brands 2009, realizovaného agenturou MillwardBrown, přišly právě v době, kdy značka představuje výroční limi-

(Pokračování na stránce 3)

## Vodafone rozšířil spolupráci s ČD

Vodafone po úspěšném pilotním provozu výrazně rozšiřuje exkluzivní spolupráci s Českými drahami. Několikanásobně, na téměř 900, zvyšuje počet stanic ČD, které se stanou partnerskými prodejními místy operátora. Vodafone zároveň připravil speciální tarifní a předplacený balíček pro držitele elektronické In-karty Českých drah. „Pilotní spolupráce s Českými drahami přinesla skvělé výsledky, a proto jsme se rozhodli rozšířit počet prodejních míst,“ uvádí Martin Pejša, ředitel zodpovědný za partnerský prodej zákazníkům Vodafone, a dodává, „význam partnerských prodejních míst neustále roste. Očekáváme, že se přes ně k našim produktům a službám do dvou let dostane přes 40 % zákazníků.“

## Nová logistická hala společnosti Šandera

Dne 2. listopadu otevřela společnost Šandera, která se zabývá zásobováním a rozvozem čerstvého ovoce a zeleniny do restaurací, hotelů, jídelen a cateringových společností, nové logistické centrum v Praze-západ Chýni. Jedná se o třípatrovou halu se skladovou plochou 1800 m<sup>2</sup> se 400 m<sup>2</sup> pro kanceláře. Nabízí možnost zacouvání vozidel do vnitřní klimatizované zóny a zahrnuje celkem 15 chladicích boxů s různou teplotou, aby nebyl porušen chladicí řetězec a byla zachována maximální čerstvost plodů. Nákup je možný také za velkoobchodní ceny přímo ve skladu nebo prostřednictvím elektronické objednávky. Firma byla založena v roce 1996 a v současnosti má více než 300 stálých obchodních partnerů. Více na [www.e-sandera.cz](http://www.e-sandera.cz).



## Prémiová řada rýží Lagris čerstvě na pultech

Potravinářská společnost Podravka-Lagris uvádí na český trh novou, prémiovou řadu rýží Lagris. V obchodech se tak objeví rýže arborio, sushi, basmati, jasmínová, indická a rýže tří barev. Rýže arborio a sushi jsou na českém potravinářském trhu naprostou novinkou. „Vzhledem ke stoupající oblíbenosti světové kuchyně v Česku a s tím spojených speciálních příloh, jsme se rozhodli přinést na český trh světově nejoblíbenější a také nejvyšší kvalitu druhů rýží, které zde dosud nebyly a jež ocení především gurmáni,“ vysvětluje Eva Novotná, marketingová ředitelka Podravka-Lagris. Pro větší orientaci v použití jednotlivých rýží Lagris na obalech nabízí recepty těch nejtýpčtějších pokrmů připravovaných z daného druhu. V současné době probíhá zalistování v obchodních řetězcích, speciální prémiové rýže se už nyní dají koupit třeba v řetězcích Spar nebo Globus.

## Kofola bude o Vánocích věštit budoucnost

Začátkem listopadu zahájila Kofola svou vánoční kampaň. Díky ní si lze vyzkoušet kouzlo věštění a nahlédnout do budoucnosti. Na trh byla uvedena i limitovaná vánoční edice Kofoly Hvězdičkové. Po loňské Barborkové budou zákazníci moci ochutnat Hvězdičkovou, která má mnoho společného s věštěním a její chuť je opravdu vánoční, dotváří ji granátové jablko a vanilka. „Pro tuto kombinaci jsme se rozhodli proto, že její vůně ladí s těmi pravými Vánocemi,“ říká Vojtěch Kolmaš, brand manažer značky Kofola a dodává, „Hvězdičková proto, že kdo se napije vánoční Kofoly na Štědrý večer právě při východu první hvězdy a bude si něco přát, tak se to přísti rok splní“. Z toho vychází i slogan letošních Vánoc: „Stačí o Vánocích lok a užijší přísti rok.“



## H&M přichází do Pardubic

AFI Palác Pardubice rozšiřuje svou nabídku o další módní firmu, H&M. Jde o první obchod této značky ve východních Čechách. Na módu švédského řetězce se zákazníci mohou těšit v jednom z největších obchodů H&M v AFI Paláci Pardubice už příští rok. Tato značka potěší zákazníky svou nabídkou na 1300 m<sup>2</sup> prodejní plochy. AFI Palác se bude rozšiřovat také o další nový obchod: již brzy zde otevře obchod s bytovým textilem Scan quilt. „Vedení společnosti H&M má strategii, že neotevřít své pobočky jinde než v největších městech. Z toho, že se nám podařilo dostat H&M do Pardubic, máme velkou radost; lidé z Pardubic a okolí tak mají tuto evropskou jedničku na dosah a mohou si užívat oblíbenou módu bez nutnosti za ní cestovat,“ uvádí Ilan Kalimi, ředitel AFI Paláce. „Smlouva je podepsaná na 10 let,“ dodává.

(Pokračování ze stránky 2)

tovanou edici ke 100. narozeninám značky Black Label. Johnnie Walker Black Label již dosáhl pozice nejoblíbenější prémiové míchané skotské whisky a výroční limitovaná edice jeho silnou pozici dále potvrzuje.

## Raben otevřel cross-dock

Společnost Raben Ukraine, jeden z poskytovatelů komplexních logistických služeb na ukrajinském trhu, otevřela první profesionální cross-dock na Ukrajině. Jeho celková skladová kapacita činí 5400 m<sup>2</sup>. Andrzej Kozłowski, ředitel Raben Ukraine, říká: „Cross-docking není novinka. Skupina Raben využívá výhody této technologie již řadu let. Náš nový sklad představuje první profesionální cross-docking na Ukrajině, a to s využitím špičkové technologie: 5400 m<sup>2</sup> a 51 hydraulických nakládacích ramp. Celkově je zde k dispozici jedna hydraulická rampa na každých 106 m<sup>2</sup>. Je to dobrý ukazatel velmi efektivního využití prostoru, a to i z pohledu světových standardů.“

## Nová služba pro importéry z Číny

Redhead International vytvořila nové strategické partnerství s Cosco Logistics UK. Cílem je zajistit celoevropské distribuční služby společností dovážejícím zboží z Číny.

## Personálie

- Společnost Jan Becher – Karlovarská Bechervodka má nového finančního ředitele. Byl jím jmenován Antonio Sanchez, který přešel v rámci skupiny Pernod Ricard z americké pobočky Malibu-Kahlúa International. Stávající finanční ředitel Edward Mayle se přesunul do klastu Pernod Ricard Nordic.
- Společnost Stock Plzeň-Božkov má nového marketingového ředitele. Stal se jím Tomáš Tarcala, který marketingovou agendu převezme od ředitele prodeje a marketingu Richarda Švédy. Ten bude mít jako obchodní ředitel nadále zodpovědnost za veškeré obchodní aktivity firmy. Tomáš Tarcala do Stocku Plzeň nastupuje po více než 14letém působení ve společnosti Reckitt Benckiser.
- Stock Spirits Group, producent značkových lihovin a likérů ve střední Evropě, jmenovala Chrise Heatha generálním ředitelem (CEO). Doposud působil na pozici finančního ředitele (CFO) a převezme funkci po Neilu Everittovi, který odchází po třech letech v čele firmy. Vrací se na své předchozí místo u hlavního akcionáře společnosti Stock Spirits Group – do firmy Oaktree Capital, kde určoval a rozvíjel příležitosti v oblasti fúzí a akvizic.
- Do týmu značky Radegast nastupuje jako brand executive Petr Koublé. Předtím více než dva roky působil ve společnosti Nielsen, naposled jako communications & client executive.