

# REGAL<sup>line</sup>

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 40/09, 16. 11. 2009

## Žabka otevřela v Úžici nový centrální sklad

Síť maloobchodních prodejen Žabka otevřela po dvou letech působení na českém trhu svůj vlastní centrální sklad. Moderní celosortimentní hala o ploše 3800 m<sup>2</sup>, která vyrostla v Úžici u Prahy, otevřela poprvé své brány 4. listopadu 2009. „Centrální sklad zkvalitní naši distribuci a věřím, že přispěje k zvyšování spokojenosti našich zákazníků. Prodejny mají zboží neustále v nabídce, jsou zásobovány tři dny v týdnu. Centrální sklad výrazně zjednoduší zásobování jednotlivých prodejen, jejichž počet na území ČR stále roste,“ říká Zdeněk Linhart, generální ředitel společnosti Žabka. Distribuční centrum má k dispozici šest ramp pro příjem a expedici zboží. Uvnitř je 19 regálů pro suché potraviny a šest boxů pro chlazené zboží s možností další expanze.

V první etapě, která byla spuštěna 4. listopadu, se centrální sklad zaměřil na nápoje, alkohol, chlazené zboží včetně ovoce a zeleniny. Ve druhé etapě, která je naplánovaná na 11. ledna 2010, budou stávající položky rozšířeny o koloniál a cukrovinky, s celkovou kapacitou 5000 položek. V současnosti Žabka provozuje 79 prodejen, nejvíce na území Prahy, ale i v Plzni, v Teplicích, ve Slaném, v Roudnici nad Labem a v Příbrami.



## Retail Summit 2010

Organizátoři Retail Summitu 2010 oznamují, že jeho program je prakticky dokončen a nabízejí potenciálním účastníkům možnost registrovat se do konce listopadu za zvláště zvýhodněných podmínek se slevou 5000 Kč. Tato největší odborná a společenská událost českého obchodu, která proběhne 2. a 3. února 2010, je koncipována tak, aby umožnila načerpat co nejvíce inspirace k tomu, jak se odrazit od pomyslného dna. Summit zahájí CEO panel za účasti premiéra ČR. V programu plenárního jednání vystoupí kromě 10 renomovaných manažerů a expertů i klíčový řečník Prof. Werner, zakladatel sítě dm a jedna z nejvýznamnějších osobností evropského obchodního podnikání. Platformou pro diskusi na téma, jak vyběhnout ze stávající krize, se stane 12 odborných diskusních sekcí. Více na <http://www.retail21.cz/summit>.

## Další bio v Penny

Po úspěšném představení nové značky Baby-Time, která je určena především malým dětem, nyní Penny Market uvádí na trh novou vlastní značku v biokvalitě, Bio style. Nová řada bude obsahovat přes 30 výrobků napříč celým sortimentem. Spolu s logem Bio style je na každém výrobku uveden i ověřený biododavatel.

„V diskontech je nyní nastavena vysoká laťka. Je důležité sledovat požadavky zákazníků, stále hlídat průřez sortimentem, aby byl aktuální a zajímavý pro zákazníky, aj. Tvrdá a dlouhá příprava se však vyplatila – nyní máme novou, žádanou značku v biokvalitě – Bio style,“ uvádí David Kolář, vedoucí marketingu a komunikace společnosti Penny Market.



## Patnáctý ročník Národní ceny kvality ČR

Ocenění v 15. ročníku Národní ceny kvality ČR a tituly Excelentní firma/organizace byly předány na slavnostním večeru 11. listopadu 2009 ve Španělském sále Pražského hradu. České Národní ceny kvality jsou udělovány již 15 let, v současnosti plně v souladu s principy Evropské organizace pro management kvality (EFQM). Vítěz české ceny tak může přímo postoupit do soutěže o Evropskou cenu kvality. V letošním roce byla sjednocena terminologie ocenění v programu Národní ceny kvality s novým pojmenováním evropské ceny kvality (EFQM Excellence Award). Vítěz Národní ceny kvality, společnost Techo, tak bude moci užívat označení Excelentní firma. Označením Excelentní organizace se může pyšnit Český statistický úřad. Mezi Úspěšné firmy byla také zařazena maloobchodní síť Brněnka a Cenu Anežky Žaludové získal Zdeněk Juračka.

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

## Investice do evropského retailu

Objemy transakcí maloobchodních investic ve Velké Británii a kontinentální Evropě dosáhly během prvních tří čtvrtletí roku 2009 zhruba 8,1 mld. eur, což představuje přibližně polovinu objemů za stejné období v roce 2008 (15,6 mld. eur). Uvádí to nejnovější průzkum Jones Lang LaSalle. Stejně jako během 1. čtvrtletí se mezi neaktivnější trhy kontinentální Evropy zařadila Itálie a Německo s 63% podílem na celkových objemech za 3. čtvrtletí. Dvě největší transakce byly v létě uzavřeny v Německu, a to německými kupujícími: developer ECE prodal podíl v obchodním centru Thier-Gelände v Dortmundu německému Hamburg Trust (a soukromým investorům) za 225 mil. eur a Union Investment získal obchodní centrum Mercado v Hamburku od Pirelli Real Estate a Morgan Stanley Real Estate za 164 mil. eur.

## Růstové tendence MasterCard

Společnost MasterCard Europe oznámila své provozní výsledky dosažené v evropském regionu za 3. čtvrtletí roku 2009. V tomto regionu se potvrzuje rostoucí trend používání elektronických plateb. Míra, v níž evropští spotřebitelé využívali karty MasterCard k nákupům, vzrostla meziročně o 5,2 %. „Pro karetní byznys jsou naše výsledky velmi pozitivní zprávou. V současném ekonomickém prostředí spotřebitelé mnohem více zvažují, za co mají utráčet své peníze. Skutečností ovšem zůstává, že si pro své platby stále častěji volí karty MasterCard a Maestro, což svědčí o tom, že se při výběru platebních karet soustředí především na jejich přidanou hodnotu,“ říká Javier Perez, prezident MasterCard Europe.

## Rossignol a Look Cycle spolu

Značky Rossignol a Look Cycle propojují své aktivity. Zástupci obou společností podepsali dohodu o výrobě oblečení značky Rossignol, která bude probíhat v místě centrály zimních sportů v Moirans. Spolupráci komen-

(Pokračování na stránce 2)

## Setkání s francouzskými výrobci uzenin

V pátek 27. listopadu 2009 pořádá Mission Economique-UBIFRANCE, Sektor zemědělství a potravinářství, v pražském hotelu Novotel v Kateřinské 38, prezentaci a degustaci uzenářských výrobků francouzských firem. Na obchodním setkání, které proběhne od 9 do 12 hodin, firmy představí širokou škálu svých výrobků z různých regionů Francie, pro které hledají dovozce na český trh. Ochutnávka proběhne na místě a tlumočení hosteskami je zajištěno. Kontaktní osoba: Barbora Dufková, [barbora.dufkova@ubifrance.fr](mailto:barbora.dufkova@ubifrance.fr).

## Nová automatická mycí a sušící WC prkénka

Elektronické sprchovací toalety, neboli elektronické bidety, cenově dostupné široké veřejnosti, uvádí na český trh společnost Electronic Bidets, která je výhradním zástupcem výrobce z Jižní Koreje. Výrobek má řadu funkcí a také dětský bezpečnostní režim. „Elektronické toalety, se kterými přicházíme na český trh, se nám díky jejich bezprecedentní kvalitě hned na začátku našeho působení v Česku podařilo zalistovat do sortimentu hobbymarketu. Konkrétně se jedná o Bauhaus,“ říká Ilona Kumžáková, jednatelka firmy. Výhodou produktu je možnost namontování na jakoukoliv standardní WC mísu, tedy bez stavebních úprav. K instalaci je potřebný pouze přívod studené vody a elektřina.



## Oblíbené poukázky platí do konce příštího roku

Všeobecně velké oblibě se u nás stále těší dárkové poukázky. Jejich výhodou je široká škála možností využití a také nenáročná administrativa spojená s tímto dárkem. Právě díky těmto výhodám jsou dárkové poukázky častou volbou jak v rámci zaměstnaneckých benefitů, tak i v oblasti marketingu. Na rozdíl od peněžních bonusů, dárkových předmětů nebo slev pro věrné zákazníky nabízejí dárkové poukázky obdarovanému plnou volnost výběru. Společnost Accor Services navíc připravila příjemnou novinku pro všechny držitele dárkových poukázek – již od 1. května 2009 jsou v prodeji poukázky s prodlouženou platností, a to do konce roku 2010.

## Výrobci, obchodníci a projekt bio do škol

V září letošního roku proběhl první ročník kampaně s názvem Koruna na bio do škol. Partneri darovali 1 Kč z každé prodané biopotraviny na rozvoj programu Biopotraviny do škol, který realizuje Nadace Partnerství. Celkem partneri akce přispějí na konto Nadace Partnerství částkou 236 849 Kč. Ta významnou měrou pomůže školám, které mají zájem, ve výchově dětí k ekologickému zemědělství a zavádění biopotravin do školních jídelen. Hlavním partnerem projektu se stala privátní řada bioproduktů obchodního řetězce Interspar – Natur\*pur. Partnery projektu dále byly: Biopekárna Zemanka, Biopark, Kostecké uzeniny, bio-nebio, Pro-Bio, Country Life, United Bakeries a Fair Trade Centrum. Akci podpořily také odborné tituly Regal, Trend Marketing a Hotel&Spa z vydavatelství Economia.

## Podravka spustila podzimní BTL kampaň

Potravinářská společnost Podravka-Lagris spustila podzimní kampaň na podporu své univerzální kořenící směsi. Hostesky převlečené za šéfkuchaře se budou šest týdnů pohybovat v obchodních řetězcích Interspar, Tesco, Ahold, Globus a Makro, motivovat konzumenty k nákupu a informovat je o spojení Podravky s masem, zeleninou a dalšími surovinami, které si právě vložili do košíku. Rozdají přitom kromě samotné kořenící směsi Podravka i řadu praktických dáreků a minikuchařky s 80 recepty na přípravu různých pokrmů. „Na základě brand equity studie jsme zjistili, že mnoho lidí vnímá Podravku spíše jako polévkové koření. Ústřední myšlenka podzimní komunikace spočívá v přesvědčení spotřebitelů, že značka má široké použití, sekundárně komunikujeme šíři portfolia,“ vysvětluje Šárka Fialová, brand manažerka značky.



## Salve Natura má nové internetové stránky

Společnost Salve Natura inovovala své internetové stránky [www.salvenatura.cz](http://www.salvenatura.cz). Získaly dynamičtější podobu, jsou přehlednější a pro uživatele přívětivější. Návštěvník zde najde např. fotografie a popisy všech výrobků, recepty na zajímavé pokrmy či sekci pro obchodní partnery. Samostatná kapitola je věnována zdraví a životnímu stylu. Proměna webu je součástí kompletního rebrandingu, který firma odstartovala letos v září, kdy její výrobky dostaly nové obaly. Do rebrandingové koncepce patří také uvedení nového loga V&V pro vegetariány a vegany, jímž nově označuje všechny své produkty, aby usnadnila orientaci nejen spotřebitelům-vegetariánům, ale všem, kteří upřednostňují zdravé stravování. V říjnu připravila společnost také BTL aktivity v prodejnách zdravé výživy, kde po tři týdny pořádala ochutnávky svých produktů.

(Pokračování ze stránky 1)

tuje Bruno Cercley, prezident & CEO Rosignol Group: „Licenční vztah s Look Cycle je klíčovým plánem, který má přinést dlouhodobý zisk a úspěch. Velmi nás těší, že jsme se spojili s celosvětově úspěšnou značkou, jako je Look Cycle, která se vytrvale zaměřuje na skvělé produkty a zákaznický servis. Tato licence umožní skupině Rossignol soustředit se na důležitou část navrhování a dodávání nejlepších zimních výstrojí, zároveň dostane šanci zvyšovat svůj podíl v segmentu módy.“

## Kampaň Rozpoznej příznaky

Na začátku listopadu společnost Heineken oficiálně spustila druhou celosvětovou kampaň týkající se zodpovědné konzumace alkoholu. Po úspěchu kampaně Enjoy Heineken Responsibly se firma rozhodla pokračovat v upozorňování na znamení, která mohou lidem napovědět, že jejich konzumace již přesáhla meze zodpovědnosti.

Uživatelům jsou tak poskytnuty nástroje, kterými mohou svým přátelům ukázat jejich chování při noční jízdě. Firma umožňuje propojení mezi přáteli prostřednictvím Analyzátoru dechu (Breathalyzer) pro iPhone a prostřednictvím aplikace pro sociální síť „Znamení hanby“ (Tag of Shame). Všechny aplikace včetně webových stránek v současnosti představují i svou českou verzi.

## Zotavování společnosti Henkel

Obrat poklesl o 7,3 % na 3485 mil. eur, pokles organického obrátu se zpomalil na 2,5 %, provozní zisk vzrostl ze 191 mil. eur na 290 mil. eur a upravený provozní zisk se propadl o 1,5 % na 385 mil. eur. To jsou finanční výsledky společnosti Henkel za 3. čtvrtletí roku 2009. „Znovu jsme potvrdili pozitivní vývoj z předchozích čtvrtletí,“ uvádí Kasper Rorsted, předseda představenstva firmy. „Výnikajících výsledků jsme dosáhli v sektoru pracích a čistících prostředků a náš obchodní sektor kosmetiky opět překonal již tak dobrý výkon z předchozích čtvrtletí. I výsledky sektoru lepidel a technologií se během roku zlepšily, byť ne v takové míře jako loni. Povzbuzující výsledky tohoto čtvrtletí odráží stabilizaci na našich trzích a výsledky našich programů optimalizace struktury a nákladů,“ dodává.

## Budoucnost světového obalářství

Globální prodeje obalů v letošním roce podle očekávání klesnou o 2,6 %. V pozadí je celosvětová recese a rostoucí náklady na energii. Předpověď ale hovoří o návratu k růstu v roce 2010, konkrétně každoročně o 3,1 % s tím, že k roku 2014 dosáhne hodnota tohoto trhu výše 739,9 mld. dolarů. To jsou vybrané informace ze studie Future of Global Packaging britské společnosti Pira International, která kromě jiného také kvantifikuje současné a budoucí prodeje obalů, dále předkládá detailní pohled na tahouny klíčových trhů a tren-

(Pokračování na stránce 3)

## Hradecké OC Atrium otevřelo s 90% obsazeností

Spíše komornější galerii zaměřenou na každodenní nákupy je nové obchodní centrum Atrium, které se na Dukelské třídě v Hradci Králové otevřelo 12. listopadu veřejnosti. Investor a developer, společnost Amádeus Real, od první chvíle realizoval ideu rodinného (či sousedského) centra, jež těží ze svého umístění v srdci města a pěší dostupnosti. Koncept pravidelných návštěv nahraď i spojení se zavedeným nákupním centrem Tesco, jehož nabídku Atrium rozšiřuje.

„Určitě nabízíme alternativu k obvyklé podobě nákupů: víkend, auto, několik hodin pod jednou střechou,“ přibližuje projekt Michal Soukup, marketingový ředitel investora.



## S Visou do Vancouveru

Asociace Visa Europe, dlouholetý celosvětový partner olympijských her, bude v únoru 2009 ve Vancouveru podporovat i českého týmu olympioniků. Tato sportovní událost se stala také hlavním tématem nejnovější reklamní kampaně, kterou asociace odstartovala koncem října. Je pořádána ve spolupráci s pěti členskými bankami a má za cíl zvýšit zájem a oblibu bezhotovostních plateb. Informuje také o tom, že se uživatelé platebních karet mohou zúčastnit soutěže o ceny, na prvním místě o výlet na zimní olympijské hry do Vancouveru.

„Věříme, že možnost vyhrát cestu na tuto jedinečnou sportovní událost roku a stovky dalších zajímavých cen budou pro držitele našich karet dostatečnou motivací, aby karty Visa začali častěji používat i při běžných nákupech,“ uvádí Miloslav Kozler, regionální manažer a zástupce asociace Visa Europe pro Českou republiku a Slovensko.

## Nová řada bez lepku a laktózy

Novou řadu vlastních potravinových produktů Spar free from, určenou především pro osoby se speciálními stravovacími potřebami, uvádí jako první tuzemský maloobchodní řetězec společnost Spar ČOS. Široký sortiment této značky obsahuje nabídku produktů bez lepku a laktózy, nejčastějších potravinových alergenů.

Více než 40 výrobků se speciálním označením a jednotným designem je v hypermarketech Interspar k dostání od listopadu 2009. Zákazníci si mohou vybírat z několika druhů pečiva, mléčných výrobků, mlsů, těstovin, sušenek, pudingů nebo omáček.



## Vinný festival pod záštitou Vinařského fondu ČR

Tesco pořádá od 11. do 24. listopadu vinný festival. Během něho mohou zákazníci vybírat zejména z nabídky vín s označením Vína z Moravy a Vína z Čech, která retailer nabízí pod záštitou Vinařského fondu České republiky.

Tesco zároveň ve vybraných 40 hypermarketech připravilo na pátek a sobotu 13. a 14. a 20. a 21. listopadu ochutnávky, při nichž budou moci zákazníci ochutnat vína značky Tesco a prémiové Tesco Finest. „Zákazníci stále více oceňují tuzemská bílá přívlasková vína, a to zejména díky jejich svěžesti. Pozadu ale se svou kvalitou a oblibou nezůstávají ani červená domácí vína. Je to dáno novými technologiemi a větší péčí o révu na vinici,“ vysvětluje sommeliérka Tesco Martina Kottová.

**Nezapomeňte si prodloužit předplatné časopisu Regal na rok 2010!**

Objednávejte na <http://predplatne.economia.cz>

Více informací žádejte na [predplatne@economia.cz](mailto:predplatne@economia.cz) nebo na telefonním čísle 800 11 00 22



(Pokračování ze stránky 2)

dy pro následujících pět let. Součástí jsou rovněž údaje o velikosti jednotlivých trhů 50 zemí světa a prognózy zaměřené na obalářské produkty, oblast konečných uživatelů a geografické aspekty trhu. Více naleznete na [www.intertechpira.com](http://www.intertechpira.com).

## Veletrh Intervitis Interfructa 2010

Veletrh výroby vína, ovoce, ovocných šťáv a lihovin Intervitis Interfructa se koná poprvé od 24. do 28. března 2010, ihned po a také v úzké spolupráci s ProWein Düsseldorf (21. až 23. března). Na této globální platformě pro výměnu know-how se s tříletou periodou představuje kolem 600 vystavovatelů a 40 tisíc expertů z řad odborných návštěvníků ze všech světových kontinentů. Současně s veletrhem probíhá odborný kongres, který pořádá Sdružení německých vinařů ve spolupráci s Mezinárodní organizací pro révu a víno (OIV) se sídlem v Paříži. Jde o setkání více než 1500 vinařů, enologů, agronomů a vědců. Více na [www.intervitis-interfructa.de](http://www.intervitis-interfructa.de).

## Puma otevřela vývojové centrum

Po roce konstrukčních prací značka Puma oficiálně otevřela nové vývojové centrum ve Vietnamu. Celý komplex pod jednou střechou zahrnuje střediska rozvoje a vývoje nových produktových technologií, která byla dosud rozmístěna po celé Asii. Centrum bude pokrývat až 85 % vývoje obuvnických technologií a 15 % vývoje oblečení. Sídliť v něm bude přes 40 dodavatelů materiálu, dílčích produktů a doplňků, stejně tak i oddělení Puma.Safe, které řídí sociální a environmentální programy.

## Personálie

- Radka Benešová, marketingová manažerka Mlékárny Valašské Meziříčí, nastoupila v listopadu 2009 na mateřskou dovolenou. Její nástupkyní ve funkci se stala Marcela Hermanová.
- Commercial director České mailingové společnosti David Frost byl pověřen sestavením a následným vedením nového obchodního týmu, který má již své první členy: Romana Lašku a Martina Růžku.
- Společnost AVG Technologies oznámila, že Dale Fuller, který od března letošního roku působil jako výkonný ředitel společnosti, byl potvrzen ve funkci stálého předsedy představenstva.
- Společnost DHL Express oznámila změny v top managementu. K 9. listopadu byl odvolán dosavadní generální ředitel DHL Express CZ/SK Jiří Stojar, který ve společnosti působil 17 let. V současné chvíli je až do nástupu nového generálního ředitele pověřen řízením společnosti Luděk Drnec, obchodní ředitel DHL Express (Czech Republic).

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.ereg.al.cz>, [regal@economia.cz](mailto:regal@economia.cz); Magda Etzlerová, inzertní manažerka časopisu, tel.: 233 073 170, fax: 233 072 730, [magda.etzlerova@economia.cz](mailto:magda.etzlerova@economia.cz). © Všechna práva vyhrazena. Bez předchozího písemného souhlasu vydavatelství Economia, a.s., je zakázána jakákoli 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.