

REGAL^{line}

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 42/09, 1. 12. 2009

Shopper marketing – nová vize úspěšného CM

Konference Category Management 2009, která se 19. listopadu konala v pražském Top Hotelu, naplno potvrdila to, co řada odborníků pociťovala. Nikdy nebyla tak vhodná doba pro užší spolupráci mezi výrobou a obchodem a pro maximální naplňování potřeb a přání konečného zákazníka jako nyní, v době krize, která již naplno postihuje i spotřební trh. Shodli se na tom jak klíčový řečník konference Jerry Singh, tak zástupci výroby a obchodu, zastoupení v diskusním panelu. Rostislav Brzobohatý z Procter & Gamble dokonce ve svém příspěvku označil category management (CM) za jádro řešení pro období krize. Vystoupení Jerryho Singha, jednoho z „otců zakladatelů“, jasně naznačilo, kam vývoj CM směřuje. Novým rozvojovým impulsem jsou nejen tlaky generované stávající krizí, ale i řada zásadních technologických inovací. Relevantní informační technologie a služby jsou již nyní řádově dostupnější, často jen za desetinu původních nákladů. To podstatně zlepšuje dostupnost a rychlost informací nezbytných pro úspěšné řízení kategorií z pohledu jak výroby, tak i obchodu. Zásadní je i rozvoj loajalitních systémů, nástup mobilního kuponingu a další marketingové inovace. V neposlední řadě vývoj také akceleruje rychle se prohlubující penetrace internetu do všech oblastí soukromého i firemního života. Jak Jerry Singh ukázal na příkladu několika významných firem, které podcenily minulé kolo velkých inovací – kdo chvíli stál, stojí opodál...



Konference potvrdila, že CM naráží i na řadu bariér, které jeho rozvoj brzdí. Tou zásadní je nesoulad mezi strategiemi výrobců a obchodníků. O tom, že v případě českého trhu jde o bariéru hodně velkou, svědčí mimo jiné i to, že za osmiletou historii konference CM se základní debata stále točí okolo stejných, v zásadě „začátečnických“ témat. Řada účastníků na tento fakt ve svých diskusních vystoupeních i ve výzkumu mezi účastníky konference poněkud smutně upozorňovala. Velmi kriticky byl hodnocen zejména fakt, že reprezentanti obchodu představovali na konferenci jen asi desetinu účastníků.

Nelze však rozhodně tvrdit, že by se obchod nezajímal o to, jak dál. Problém je zjevně jinde – CM se jako pojem v českém obchodě prostě neuchytil, respektive byl špatně interpretován. Část retailerů ho omezuje ve svém vnímání na pouhé definování položek kategorie a doporučení jejich správného umístění a vystavení. Ostatní chápou CM jako něco až příliš komplexního, vyžadujícího velké zdroje a úzkou spolupráci s výrobou, na kterou nechtějí přistoupit. Zjevně nazrál čas uchopit celou záležitost jinak, lépe, pragmatičtěji. Více na www.categorymanagement.cz a v rozhovoru s Jerry Singhem v prosincovém čísle časopisu Regal.

První extra panenský olivový olej sezony

Tak jako milovníci vína netrpělivě očekávají příchod prvního Beaujolais, v Itálii za symbol listopadu považují první olivový olej sezony Monello. Všichni se těší na čerstvou chuť panenského olivového oleje lisovaného z prvních oliv sklizně, které koncem října dozrávají na teplém jihu Itálie. Letos si mohou i čeští zákazníci znovu vychutnat výrazné ovocné tóny čerstvého Monella. Od 25. listopadu je již ve třetím ročníku k dostání také na našem trhu. „Limitovaný počet lahví budou od března příštího roku nabízet vybrané prodejny sítě Albert hypermarket a specializované prodejny,“ doplňuje Michaela Rudyková ze společnosti Bolton Czechia, zodpovědná za značku Monini na českém trhu.

Regal 12/2009
vyjde 15. prosince



V ČÍSLE 12 NAJDETE:

- Prodejna roku 2009
- Nová pravidla pro látky v potravinách
- Funkční potraviny

Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Led za mrazáky

Hokejista Petr Svoboda nyní podle HN nově vstupuje do povědomí lidí jako byznysman. Spolu se spoluhráčem z Montreal Canadiens Claudem Lemieuxem a dalšími dvěma podnikateli založili firmu na balení, distribuci a prodej mraženého ovoce a zeleniny. Jmenuje se MOOV Frozen Foods, v hledáčku má nejenom kanadský trh a v roce 2010 očekává tržby vyšší než 25 mil. dolarů. Nápomocen má být i podnikatel Platon Gavrielatos, majitel Alasko Frozen Food, největšího kanadského vývozce mražených potravin. Výrobky „hokejové společnosti“ jsou už nyní k mání v supermarketech IGA a nezávislých obchodech v Quebecu a momentálně se jedná o zásobování největších kanadských řetězců. Claude Lemieux je generálním ředitelem firmy pro Severní Ameriku, Petr Svoboda se stal šéfem pro Evropu. Jeho cílem je přinést tuto novou značku i do České republiky.

Patnáctý ročník veletrhu MAPIC

Festivalový palác francouzského Cannes se od 18. do 20. 11. stal dějištěm 15. ročníku veletrhu MAPIC, zaměřeného na nemovitosti pro komerční využití – zejména na obchodní centra. Do Cannes letos přijelo téměř 7000 účastníků z 974 vystavujících společností 66 zemí celého světa z řad developerů, investorů, realitních agentur, zástupců měst a celých regionů, maloobchodních řetězců, nádraží a letišť. Oproti minulému ročníku to znamená pokles návštěvnosti o 30 %. MAPIC tak funguje jako barometr maloobchodního realitního trhu, odrážející nynější stav globální ekonomiky. Vzhledem k ekonomické recesi i k zaměření veletrhu MAPIC byla také účast

(Pokračování na stránce 2)

XVI. ROČNÍK

ZAPIŠTE SI DO KALENDÁŘE:

2.-3.2.2010 | TOP HOTEL PRAHA



RETAIL
SUMMIT
2010

www.retail21.cz/summit

JAK SE ODRAZIT ODE DNA?

Mediální partneři:

EKONOM

REGAL

Lavazza Coffee Design již 10 let

Gastronomické zážitky milovníků kávy obohacuje již 10 let značka Lavazza prostřednictvím své kávy a inovativních projektů v oblasti kávového designu (Coffee Design). Nyní se tento koncept představí také českým zákazníkům. Speciální nabídka z menu Lavazza Coffee Design bude k dispozici ve vybraných kavárnách a restauracích. „Lavazza znamená tradice: dokonalá chuť pravého italského espressa. V přiblížení se potřebám zákazníka jde ještě dál. Experimentuje a přináší originální pohled na svět kávy, který můžete vychutnat všemi smysly. Některé z těchto originálních receptů mohou milovníci kávy nyní ochutnat i ve své oblíbené kavárně,“ říká Ivo Moravec, generální ředitel společnosti Espresso.

Obal roku 2009

Obalový galavečer, který se konal 19. listopadu v pražském hotelu Olympik – Artemis, byl slavnostní tečkou za letos již 15. ročníkem české národní soutěže Obal roku 2009, jejímž organizátorem je Obalový institut SYBA. Mezi mediální partnery již tradičně patří odborný časopis Regal. Galavečera se zúčastnilo téměř 250 hostů z řad výrobců obalů, konstruktérů, designérů, uživatelů, ale i dalších odborníků. Ti byli svědky slavnostního předávání ocenění za 43 úspěšných exponátů z následujících kategorií: spotřebitelské obaly; spotřebitelské obaly – dárkové; skupinové obaly a displeje; obalové materiály; etikety, uzávěry, fixace a ostatní pomocné obalové prostředky; přepravní a technologické obaly. Více informací na www.syba.cz a v prosincovém vydání časopisu Regal.



Kampaň Esence Španělska

Výhody jídelničky zahrnujícího olivový olej připomíná tuzemským spotřebitelům informační kampaň Esence Španělska, kterou zajišťuje Hospodářská a obchodní kancelář Španělského velvyslanectví v Praze. Cílem je podpořit povědomí o španělských olivových olejích, naučit rozpoznávat a vybrat si kvalitní olivový olej a informovat o zdravotních přínosech jeho pravidelné konzumace. Outdoorová kampaň byla zahájena začátkem listopadu. Obyvatele šesti velkých měst ČR (Brno, České Budějovice, Hradec Králové, Plzeň, Ostrava a Praha) oslovily billboardy, v půlce listopadu se k nim připojily i city light vitríny a rámečky v metru a tramvajích. Součástí jsou také nové webové stránky www.spanelskyolivovolej.cz.

Whiskeria v Jindřišské věži

V přízemí a prvním patře pražské Jindřišské věže byla 19. listopadu oficiálně otevřena luxusní stylová whiskeria s nabídkou sortimentu téměř 400 druhů skotské, irské, kanadské nebo například japonské whisky. Nabídku doplňují značkové doutníky, doplňky k doutníkům (popelníky, zápalky, pouzdra atd.) a odborné publikace. „V naší whiskerii podáváme výhradně kvalitní whisky dodávanou přímo z těch nejvyhlášenějších palíren, proslulých svou kvalitou a výbornou chutí,“ dodává Petr Fous, jeden z partnerů společnosti Fous Spirits. Ta kromě whiskerie provozuje internetový obchod www.e-whisky.cz a kamenné prodejny v Praze a v Brandýse nad Labem.



Fúze společností Kostecké uzeniny a Maso Planá

Fúze dvou podniků na zpracování a výrobu masa ze skupiny Agrofert, společností Kostecké uzeniny a Maso Planá, proběhne k 1. lednu příštího roku. Nástupnickou organizací se stane první jmenovaná firma. „V souvislosti s fúzí nechystáme žádné výrazné změny v propouštění zaměstnanců, především v dělnických profesích. Pokud bude naše produkce růst, budeme naopak nové zaměstnance ještě přibírat. Fúze je logickým krokem v procesu konsolidace obou současných firem,“ uvádí generální ředitel obou dosavadních samostatných společností Pavel Kváč.

Za vánoční nákupy téměř 30 tisíc

Za vánoční dárky letos každý Čech utratí v průměru 6276 Kč. I přes doznívající krizi plánuje 62 % Čechů utratit zhruba stejnou částku za vánoční nákupy jako loni. Podle výsledků exkluzivního výzkumu GE Money Bank přijdou v tomto období průměrnou českou rodinu výdaje spojené s Vánoci na 28 622 Kč. Proti loňsku se chystá finančně omezit Vánoce pouhá pětina Čechů. „Vánoce pro české rodiny znamenají výrazný zásah do rozpočtu. Finanční výdaje se v průměru na domácnost v tomto období blíží hranici 30 tisíc. Pokud by ovšem rodina hradila průměrné náklady na Vánoce a povánoční nákupy ve slevách kartou s věrnostním programem bene+, může ušetřit stovky i tisíce korun,“ říká Jarmila Kowolowská, ředitelka kreditních karet GE Money Bank.

(Pokračování ze stránky 1)

Česka méně početná. Do Cannes přijelo přes 20 v tuzemsku působících firem. Nejvíce byli zastoupeni developři (mimo jiné Develon, Crestyl Management, Segece) a maloobchodní řetězce (např. Euronics, Pietro Filipi, McDonald's, Toys Way Service).

Chlazení budoucnosti

Whirlpool Europe je hlavním partnerem Camfridge Ltd. v projektu dodávky chladničky pro domácnost, založené na technologii magnetického chlazení. Tento projekt, který nedávno získal financování od vládní agentury Velké Británie „Carbon Trust“, je zaměřen na validaci revoluční technologie, která by mohla změnit 50 let starý způsob technologie chlazení. Magnetické chlazení nabídne vysoce účinné řešení bez plynové náplně pro celý průmysl a miliony spotřebitelů. Laboratorní zkoušky, prováděné v omezeném měřítku, byly až dosud úspěšné a výsledky vypadají slibně. Projekt se nyní přesouvá na úroveň zkoušek v plném měřítku s cílem prokázat, že tuto technologii bude možné účinně využívat v komerčních produktech v nepříliš vzdálené budoucnosti. Byl oficiálně spuštěn v polovině roku 2009 a bude zakončen v roce 2012, kdy bude během olympijských her v Londýně 2012 představen prototyp.

PointPark Properties na britský trh

Společnost PointPark Properties (P3), developer a provozovatel logistických parků v Evropě, pokračuje ve své expanzní strategii. Po nedávném otevření zastoupení ve Frankfurtu vstupuje společnost také na trh Velké Británie otevřením pobočky v Londýně. Nejvyšší manažerské pozice se v londýnské pobočce ujme Richard Fee, který přichází z MAX Property.

„Možnost podílet se na etablování nového zastoupení P3 na trhu Velké Británie je pro mne skutečnou výzvou. PointPark Properties je progresivní společnost s dobře řízeným portfoliem, která expanduje právě v čase, kdy většina jejích konkurentů šetří. P3 a její mateřská Arcapita si nemohly zvolit lepší načasování,“ uvádí Richard Fee.

Lepší ochrana při nákupu online

Jasná pravidla pro nákupy přes internet v rámci EU přinese na závěr roku nové evropské nařízení Řím I. Konec bude s dohady, zda se nákupy online řídí právem domovského státu obchodníka, nebo spotřebitele. Spotřebitel se od 17. prosince může spolehnout na úroveň právní ochrany, na kterou je zvyklý v členském státě, kde má obvyklé bydliště. Případné spory Čechů po nákupech na zahraničních webech se tak budou řídit českými zákony. Některé spotřebitele dosud nejistá situace od přeshraničních nákupů odrazovala. Nyní by mělo dojít k posílení jejich pozice a také důvěry ve vnitřní trh EU, což prospěje především internetovým prodejcům, kteří nabízejí zboží a služby do jiných zemí EU.

Nové modely Start představeny

Rada kvality České republiky ve spolupráci se Sdružením pro oceňování kvality a Českou společností pro jakost představily nové programy Start a Start Plus Národní ceny kvality ČR. Ty by měly v příštím roce umožnit i menším firmám zapojení do Národní ceny kvality ČR a zvýšit tak jejich konkurenceschopnost a zlepšit řízení i hospodářské výsledky. „Uvědomujeme si, jaké úsilí a spolupráci všech zaměstnanců vyžaduje účast v Národní ceně kvality,“ vysvětluje Robert Szurman, předseda Rady kvality. „Současné však víme, že zapojení přináší každé firmě velmi výrazné zlepšení výsledků prakticky ve všech oblastech činnosti. Abychom vstup do Národní ceny zejména menším podnikatelům usnadnili, rozhodla se Rada kvality vyhlásit pro rok 2010 dva programy, Start a Start Plus, které jsou jednodušší na pochopení a připraví firmy na práci s modelem excelence EFQM.“

Světelná řešení LED společnosti Philips

Společnost Philips představila světelná řešení nové generace založená na technologii LED (Light Emitting Diode – světlo vyzařující dioda). V současnosti již je možné vyrobit LED produkty, které jsou osazené kvalitními, vysoce svítivými diodami a mají stejný tvar jako běžně používané světelné zdroje. Tyto produkty mají ve srovnání s kompaktními zářivkami, klasickými či halogenovými žárovkami řadu výhod, a lze je tak použít pro celkové osvětlení v současných instalacích jako například v domácnostech, pohostinství či módních obchodech. „Pomocí LED technologií dáváme uživatelům možnost, aby ovlivňovali prostředí, ve kterém žijí, a pomocí světla ho přizpůsobovali svým potřebám,“ dodává Filip Müller, key account manažer SSL solutions.



Uznání realitních odborníků pro brněnskou Olympii

Nákupní a zábavní centrum Olympia Brno získalo prestižní ocenění Best Overall Development (Nejlépeš celkový development), které každoročně uděluje Construction & Investment Journal, renomovaný časopis v oblasti nemovitostí pro střední a východní Evropu. Při slavnostním ceremoniálu 25. listopadu v pražském hotelu Marriott jej převzala ředitelka centra Pavla Bumbálková, která k ocenění říká: „Je mi velkou ctí přebrat tuto významnou cenu. Velký dík patří našim osvětleným akcionářům za jejich průběžnou podporu a motivaci, dík patří také kolegům z týmu Aleše Navrátila, ředitele obchodu a marketingu, který odpovídá za pronájem a průběžný rozvoj brněnské Olympie. Díky patří také našemu realitnímu partnerovi Cushman & Wakefield a všem dalším kolegům. Toto ocenění je pro nás současně velkou výzvou i nadále rozvíjet naše nákupní centrum Olympia.“

Do ČR se chystají expandovat další retaileři

Nejnovější report CB Richard Ellis vydaný na mezinárodním veletrhu MAPIC nazvaný „Jak aktivní jsou retaileři“ (How active are retailers in EMEA) ukazuje, že 47 % z dotazovaných retailérů se chystá expandovat do Německa, následuje Francie (44 %) a Španělsko (36 %). Navzdory ekonomické situaci je mnoho firem optimistických ve výhledu do nejbližších let a strategicky expandují. Průzkum, do kterého bylo zahrnuto 220 předních retailérů, ukazuje trend zaměřující se na vyspělé trhy západní Evropy a prvotřídní lokality. Někteří obchodníci ale mají opačnou taktiku a zaměřují se na méně vyspělé země, kde hledají výhodu v méně konkurenčním prostředí. Celkově bylo identifikováno 56 zemí, kam retaileři plánují expandovat, a země západní Evropy dominují první desítky. Výjimkou na prvních místech jsou pouze Polsko, Rumunsko a Rusko zastupující východní Evropu. Česká republika obsadila 12. místo s 22 %.

Finanční situace naučila Čechy plánovat nákupy

V ekonomické krizi zákazníci více plánují nákup vánočních dárek a potravin. Většina z nich má předem rozhodnuto, kdy a kolik peněz utratí za pozornosti pro své blízké a pohoštění. Zároveň velmi málo Čechů nakoupilo vánoční dárky během roku a nejvíce z nich je plánuje vybírat právě nyní. Vyplynulo to z průzkumu mezi zákazníky prodejen Albert. Ten také odhalil, že roste popularita umělého vánočního stromku. Češi během roku vzhledem k finanční situaci odložili nákup vánočních dárek. Podle aktuálního průzkumu mezi 1000 zákazníky prodejen Albert plánuje bezmála 40 % z nich nakupovat dárky tři týdny před Štědrým dnem. „Podstatně více zákazníků má letos detailněji naplánováno, jak se budou připravovat na vánoční svátky a kdy konkrétně hodlají nakoupit dárky a potraviny na pohoštění. Naši zákazníci nepřetržitě využívají slevy v řádech desítek procent na veškerý sortiment,“ říká Libor Kytýr, ředitel komunikace prodejen Albert.

Přenositelnost plateb SIM kartou

Visa Europe, Telefónica O2 a Giesecke & Devrient (G&D) představily novou generaci mobilní platební technologie v podobě SIM karty, která umožňuje držitelům jednoduchý přenos mobilních platebních aplikací z jednoho mobilního telefonu do dalšího. Stalo se tak na mezinárodním fóru o informačních a komunikačních technologiích Cartes 2009 v Paříži. Nová technologie s využitím Smart Card Web Server (SCWS) SIM karet poskytovaných G&D, datovými komunikacemi Telefóniky O2 a platební aplikací Visa Europe svým uživatelům umožní ukládat všechny příslušné platby, bezpečnostní oprávnění i uživatelské rozhraní na jednom místě, a to právě na SCWS SIM.

WorldStar for Packaging 2009

V rámci jednání Světové obalové organizace (World Packaging Organisation – WPO) na Srí Lance proběhlo 17. listopadu hodnocení obalů přihlášených do celosvětové soutěže WorldStar for Packaging 2009. Do letošního ročníku bylo přihlášeno 237 exponátů z 35 zemí, z nichž porota ocenila 129. Přihlášovatelům budou ocenění předána během slavnostního ceremoniálu na přelomu května a června 2010 v Pekingu. Mezi oceněnými jsou i tři obaly z ČR a jeden ze SR: David Rybář – Dr. Design (Fromin – Voda z doby ledové, sada PET lahví), Grafobal (Orion Orion Detská vianočná kolekcia), Thimm Obaly (Bojler) a Unipap (Fixace z vlnité lepenky pro originální automobilový díl „nosič modulu“).

Personálie

- Česká pobočka mezinárodní společnosti Zepter International, výrobce a prodejce sportovního zboží, má nového generálního ředitele. Od 20. listopadu 2009 se ujal vedení společnosti Michal Jílek, který ve firmě působí 18 let a doposud zastával pozici obchodního a marketingového ředitele.
- V AFI Paláci je nyní zodpovědná za veškeré marketingové a PR aktivity, včetně korporátního PR a pořádání akcí pro zákazníky, Lucie Hamplová. Pracovní zkušenosti získala v agentuře Czech marketing, kde se věnovala zejména event managementu a reklamnímu servisu pro klienty, dále v reklamní agentuře MAXX Creative Communication. Působila také ve zpravodajství pardubického Rádía Profil.
- Společnost Infor, poskytovatel podnikového softwaru pro středně velké společnosti, oznámila, že novým marketingovým ředitelem firmy se stal Robert Humphrey. Bude odpovědný přímo Jimu Shaperovi, předsedovi představenstva a výkonnému řediteli Infor.