

line REGAL

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 8/09, 24. 2. 2009

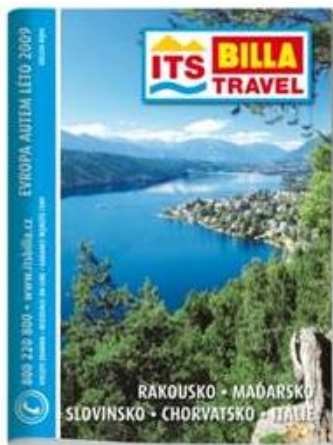
ITS Billa Travel vstupuje na trh

Prostřednictvím ITS Billa Travel, 100% dceřiné společnosti koncernu Billa a integrální součásti skupiny Rewe Touristik, třetího největšího touroperátora v Evropě, nabízí obchodní řetězec Billa ČR od 11. února svým zákazníkům rekreační zájezdy. Katalogy jsou umístěny na stojanech ve všech 174 stávajících supermarketech Billa. „Rekreační zájezdy jsou další službou v nabídce našim zákazníkům. Billa je tak prvním obchodním řetězcem v ČR, který může svým zákazníkům nabídnout tuto inovativní službu,“ uvádí Jaroslav Szczypka, generální ředitel Billa ČR.

„První katalog společnosti ITS Billa Travel zavede zákazníky do Rakouska, Maďarska, Chorvatska, Slovinska a do Itálie,“ vysvětluje Ralph Schiller, ředitel prodeje a marketingu skupiny Rewe Touristik v Kolíně. Billa ČR podpoří zahájení prodeje zájezdů marketingovou kampaní na plakátech ve všech filiálkách, v propagačních letáčích v časopise věrnostního Billa klubu i na www.billa.cz.

Vlastní prodej a rezervace se budou realizovat prostřednictvím call centra na bezplatné telefonní lince 800 220 800 nebo prostřednictvím internetových stránek www.itsbilla.cz.

„Rezervační záloha činí pouze 10 % z celkové ceny. To je v českém cestovním ruchu stále ještě výjimečné,“ zdůrazňuje Tomáš Kanda, ředitel ITS Billa Travel.



Vinex se vrací do lichých let

Mezinárodní vinařský veletrh Vinex se opět pořádá každý rok. Zatímco v sudých letech se koná spolu s Mezinárodními potravinářskými veletrhy Salima, v lichých letech probíhá ve společném termínu s Mezinárodním veletrhem gastronomie, hotelových služeb a veřejného stravování G + H. Čtvrtý ročník G + H a čtrnáctý veletrh Vinex v Brně proběhnou od 4. do 6. března 2009. Spojení obou veletrhů je logické, protože mají shodnou návštěvnickou skupinu a doplňují se.

„Gastronomie je pro nás velmi důležitý obchodní kanál s narůstající kapacitou,“ vysvětlil ředitel Vinařského fondu Jaroslav Machovec. „Řada lidí dnes vyhledává zážitkovou gastronomii a chce snoubit pokrmy s vínem. Chtějí se o víně dozvědět něco více, a jestliže jim restaurace nabídne kvalitní tuzemská vína, určitě si z nich vyberou. U cizinců je to jednoznačné, ti se skutečně nejdříve ptají po domácím víně.“

Tesco představilo My

Novou značku obchodních domů My [ma:] představila společnost Tesco. Česká republika je první zemí, ve které tento koncept realizuje. Jako první z řady obchodních domů s novou značkou se 26. února otevírá My Liberec. Podle nové koncepce se promění i obchodní domy v Praze na Národní třídě a v Bratislavě (do konce roku), které se ještě letos stanou vlajkovou lodí obchodů pod značkou My. „Naše nové obchodní domy nabídnou zákazníkům to, co si podle průzkumů skutečně přejí. Širší sortiment místních i mezinárodních značek, světovou úroveň nákupního prostředí a špičkové služby zákazníkům,“ říká Marcus Chipchase, managing director OD Tesco.

Změny se budou týkat především přestavby interiérů, které navrhla společnost Fitch. Nabízený sortiment bude zahrnovat klasické i trendové oblečení, velký výběr kosmetických značek, dětské oblečení a hračky a potřeby pro domácnost. Součástí obchodních domů zůstane také prodejna potravin, která dále ponese jméno Tesco. Mnohé ze značek v sortimentu obchodních domů My budou na českém trhu představeny vůbec poprvé: například Cortefiel a Trucco ze Španělska, Simon Carter, Full Circle a Sonneti z Velké Británie. Nové značky spodního prádla budou zahrnovat Maidenform z USA a Women'secret ze Španělska.



VE 2. ČÍSLE NAJDETE:

- Cena v době krize
- Průmyslové nemovitosti
- Grilování

Regal 2/2009 vyšel 17. února
Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

World Retail Congress 2009

World Retail Congress je místem setkání pro zástupce vrcholného managementu všech retailových sektorů a kontinentů (viz www.worldretailcongress.com). Od 6. do 9. května se jej v barcelonském Centro de Convenciones zúčastní více než tisíc nejvyšších představitelů maloobchodních společností. Celkem 120 top manažerů z největších a nejvlivnějších retailových firem osloví účastníky klíčovými tématy, která hýbou současným světem obchodu. Hlavní body programu: Přezítí toho nejhodnějšího: lekce z globální ekonomické krize. Nový globální zákazník: jak se váš obchod musí změnit. Rozvíjející se světové retailové trhy: uzavírá se okno příležitostí? Globální výprava pro retailové vůdce zítřka a Poučení z toho nejlepšího: inovace v srdci obchodu. Mediálním partnerem této akce je opět odborný časopis Regal. Více informací a možnost registrace najdete ZDE.

Značka Schwarzkopf slaví 111 let

Od chvíle, kdy si chemik Hans Schwarzkopf otevřel v Berlíně svou malou drogerii, letos uplynulo již 111 let. Dnešní Schwarzkopf, jedna z nejsilnějších značek firmy Henkel, zajišťuje všechny produkty pro barvení vlasů, péči a styling. Jde o výrobky pro maloobchodní spotřebitele (Schwarzkopf Retail) a profesionální produkty pro náročné zákazníky – kadeřníky (Schwarzkopf Professional).

Schwarzkopf je dnes přítomen ve více než 100 zemích světa. Od roku 1995, kdy skupina Henkel převzala firmu stejného jména, se její obrát z 0,5 mld. eur ztrojnásobil na 1,6 mld. eur. Přes 40 % tržeb megaznačky Schwarzkopf přináší produkty, které byly uvedeny na

(Pokračování na stránce 2)

Hartmann – Rico vykázal růst

Společnost Hartmann – Rico, výrobce zdravotnických prostředků, realizovala v roce 2008 celkový obrat ve výši 3,14 mld. Kč, což představuje 0,62% růst. Čistý zisk po zdanění činí 203 981 tisíc Kč a zaznamenal mírný pokles o 2,49 %. Z celkových tržeb připadlo v roce 2008 na tržby z vývozu 66 %, tržby realizované v ČR dosáhly výše 1066,3 mil. Kč a zaznamenaly růst o 6,02 %.

„Z hlediska stěžejních oblastí prodeje můžeme konstatovat, že dochází k úspěšnému naplňování strategických cílů společnosti. Růst byl zaznamenán ve všech třech hlavních produktových skupinách,“ dodává Lubomír Páleník, generální ředitel a předseda představenstva firmy. Incontinence Management (prostředky pro péči při inkontinenci) zaznamenal s obratem 371,2 mil. Kč růst 6,04 %, Wound Management (sortiment pro ošetřování ran, do kterého spadají výrobky pro moderní a tradiční hojení ran) vzrostl při obratu ve výši 202,7 mil. Kč o 8,76 % a Risk Prevention (sortiment výrobků pro operační sály) s obratem 123,7 mil. Kč dosáhl růstu 25,44 %. Podíl hlavních produktových skupin na celkovém obratu je 63 %.

Kampaň Pampers Unicef a výstava

Značka Pampers zahájila 11. února výstavu fotografií z Mauretánie. Právě tam se totiž zástupci společnosti Procter & Gamble společně s ambasadorem kampaně 1 balení = 1 vakcína Marošem Kramářem vypravili pomoci organizaci UNICEF v boji s tetanem. Vernisáž fotografií, které pořídil fotograf Tomáš Kubeš, proběhla v průhonické Hypernově. Výstava je k vidění do 24. února. „Společná kampaň Pampers UNICEF 1 balení = 1 vakcína je v Čechách mimořádně úspěšná, do této chvíle bylo vybráno přes milion vakcín proti tetanu, které jsou určeny pro děti v zemích třetího světa, kde je tetanus stále velkým problémem,“ říká Ivan Krejčí, manažer pro externí vztahy ze společnosti Procter & Gamble.



Globus zahájil registraci týmů do Grilmánie

Letos se již popáté bude konat Globus Grilmánie, akce zaměřená na podporu grilování. Opět proběhne formou soutěže o nejlepší grilovací tým České republiky, v níž se po třinácti regionálních kolech utkají nejúspěšnější týmy z jednotlivých krajů v celostátním finále. Zájemci o účast v tomto neoficiálním mistrovství republiky v grilování se ode dneška mohou hlásit na webové adrese www.grilmanie.cz, kde najdou přihlášku do soutěže. Pro soutěžní týmy a všechny zájemce o grilování jsou na tomto webu připraveny také další podrobnosti týkající se Globus Grilmánie.

Češi a Slováci dostanou milion kondomů zdarma

Nový český výrobce kondomů, společnost BiX, chce během následujících tří let rozdat v ČR a SR milion kondomů zdarma. Firma chce kampaní podpořit chráněný pohlavní styk za použití kondomu, který jediný účinně chrání před nakažením virem HIV a dalšími pohlavními chorobami. Kondomy se budou mimo jiné rozdávat při přednáškách ve školách nebo prostřednictvím gynekologických ambulancí. „Chceme se také zaměřit na různé hudební, taneční a jiné podobné zařízení, kam mladí lidé rádi chodí ve svém volném čase,“ říká Josef Vybranec, ředitel společnosti. Počet rozdaných kondomů se bude průběžně zobrazovat na webových stránkách www.bix.cz. Na nich bude veden i deník, kde budou uváděny aktuální akce spojené s rozdáváním kondomů.



POS Media Europe otevřela pobočku v Turecku

POS Media Europe oznámila, že v únoru oficiálně otevřela pobočku v Turecku pod názvem POS Media Turkey. Byla založena v srpnu 2008 na adrese Baby Giz Plaza/Maslak, Istanbul. Od stejného měsíce také vstoupila v platnost exkluzivní smlouva s druhým největším řetězcem v Turecku, Carrefour SA.

POS Media Turkey tak bude nabízet in-storové nosiče ve všech 22 hypermarketech a 123 supermarketech Carrefour. Pilotní projekty jsou nyní v přípravě k realizaci od března tohoto roku. „Nová pobočka bude především čerpat z dosavadních zkušeností evropských poboček POS Media Europe a vystupovat ve shodě s korporátní identitou skupiny,“ uvádí Klára Šenkýřová, PR Manažerka skupiny POS Media Europe.

(Pokračování ze stránky 1)

trh v uplynulých třech letech. V evropském kontextu je to nerychleji rostoucí značka vlasové kosmetiky zastřešující takové produktové značky, jako je Taft (evropský lídr ve stylingu), Palette (evropská jednička v barvách na vlasy) nebo Gliss Kur (nejrychleji rostoucí značka vlasové péče).

Vozík Jungheinrich vítězem testu

Hydrostaticky poháněný vysokozdvizný vozík se spalovacím motorem (VFG 425s-435s), který uvedla na trh firma Jungheinrich začátkem roku 2008, byl redakcí odborného časopisu „Logistikwelt“ zvolen za vítěze testu 2008. Nezávislí profesionální řidiči z povolání prováděli důkladné testy vozíků od různých výrobců. K uskutečnění této testovací řady vybrala redakce vysokozdvizné vozíky z aktuální sériové výroby s klasickými zvedacími sloupy se stejnou třídou nosnosti od 2 do 3,5 tuny.

Zhodnocení vozíků provedla prostřednictvím dotazníků a také na základě volných testovacích jízd s běžnými nosiči nákladu. Vysokozdvizné vozíky byly u této příležitosti podrobeny rozsáhlým testům, mimo jiné na jízdní vlastnosti, akceleraci, stabilitu jízdy a otřesy těla. Marek Scheithauer, vedoucí produktového managementu a marketingu pro čelní vysokozdvizné vozíky se spalovacím motorem firmy Jungheinrich, komentuje: „Velmi si vážíme takového vyznamenání, které je pro nás zároveň potvrzením pozitivní zpětné vazby, kterou jsme z trhu získali.“

Pokles investic do nemovitostí

Na 435 mld. dolarů klesly světové investice do komerčních nemovitostí v roce 2008. Oproti rekordnímu roku 2007, kdy investoři nakoupili komerční nemovitosti v celkové hodnotě 1,050 mld. dolarů, došlo k propadu o 59 %. Jednalo se o nejnižší objem investic od roku 2004 a zároveň došlo k významnému poklesu investic ze strany zahraničních investorů. Podle čísel z Investičního atlasu, který vydává mezinárodní poradce v oblasti nemovitostí Cushman & Wakefield, dojde letos k dalšímu poklesu. Ten by však měl být již minimální a celkové světové investice do komerčních nemovitostí by měly dosáhnout asi 412 mld. dolarů.

Ford a Castrol spolupracují

Společnost Ford Motor Company se dohodla na strategické spolupráci s výrobcem motorových olejů, firmou Castrol. Partnerství firem je výsledkem dlouhodobé globální spolupráce Fordu a BP, mateřské firmy společnosti Castrol. Po téměř 100 letech od prvního kontaktu pokračují spuštěním nového programu Oil Management System Programme (OMS) pro autorizované servisy značky Ford. Navazují tak na strategickou kooperaci spuštěnou již v roce 2003 a zajišťující vysoce výkonné a ekologicky šetrné motoristické produkty určené

(Pokračování na stránce 3)

Žabka startuje nové služby

Levnější složenky, dobíjení mobilních telefonů, cash back a terminály Sazky. To jsou nové služby, které od 20. února svým zákazníkům nabízí maloobchodní síť Žabka. Tyto služby budou stejně jako široká nabídka sortimentu (včetně čerstvého pečiva, ovoce a zeleniny, drogerie nebo tiskovin) dostupné po celou otevírací dobu, tedy od šesti hodin ráno do jedenácti večer. „Zatímco na poště stojí složenka 22 korun, u nás zákazník zaplatí pouhých 9. Věříme, že naše nové služby ještě zvýší pohodlí našich zákazníků, kteří upřednostňují nákupy v centru nebo v pozdních večerních hodinách,“ říká Zdeněk Linhart, generální ředitel sítě Žabka. Kromě ceny je další výhodou on-line plateb v Žabce jejich univerzálnost.

Projekt Výživa pro budoucnost

Více než dva roky se rodil rozsáhlý projekt s názvem Výživa pro budoucnost, který nyní na stránkách www.vyzivaprobudoucnost.cz nabízí srozumitelná nutriční doporučení pro rodiče a jejich děti s ohledem na jejich současné i budoucí potřeby. Na projektu, který komplexně mapuje problematiku výživy dítěte od jeho narození, se podílelo několik desítek českých a slovenských odborníků v oblasti pediatrie a výživy. Odborným garantem projektu je Sdružení praktických lékařů pro děti a dorost ČR. „Projekt nabízí srozumitelné a komplexní informace, které respektují výživu jako celek a nabízejí nepostradatelné informace pro rodiče, doplněné praktickými odbornými radami,“ doplňuje Jiří Zedek, marketing manažer ČR a SR společnosti Hero Czech, která se na projektu podílí.



UPS zavedla vnitrostátní expresní službu

Společnost UPS od letošního roku nově zavedla vnitrostátní expresní službu v České republice a v dalších 15 zemích Evropy, Afriky, Středního východu a Latinské Ameriky.

Odesílatelé mohou realizovat všechny doručovací služby prostřednictvím jednoho přepravce, efektivně zjednodušit mnohočetný přepravní proces a ušetřit tak náklady. Ve vnitrostátních doručovacích službách, podobně jako v zahraničních službách, může zákazník UPS v ČR využívat stejnou technologickou platformu umožňující sledování zásilky, její dohledatelnost a následné vyúčtování. „Všechny tyto služby pomáhají našim zákazníkům získat náskok před konkurencí a eliminovat náklady. Variabilnost našich přepravních a zasilatelských řešení nám rovněž umožňuje stejně kvalitně obsluhovat jak velké podniky, tak i malé a střední firmy, které chtějí expandovat,“ doplňuje Pavel Adamovský, ředitel UPS pro Českou republiku.

Věrnostní program s novým logem

Nový věrnostní program pro své zákazníky připravila společnost Spar ČOS, která v supermarketech Spar a hypermarketech Interspar od 4. března nabídnou možnost exkluzivně získat kvalitní sadu příborů Zwilling Nova. Jedná se o další projekt v rámci dlouhodobého věrnostního programu, kterými Spar navazuje na úspěšné akce limitované kolekce froté ručníků značky Rubin Royal a Rubin deluxe edition, výrobky z řady Tefal Solar vyrobených exkluzivně pro řetězec Interspar a série nožů WMF. Poprvé bude představeno i nové logo, které bylo speciálně vytvořeno pro dlouhodobý věrnostní program tohoto retailera. „Věrnost našich zákazníků je pro nás velmi důležitá a nesmíme si jí cenit. Proto jsme pro ně připravili tuto exkluzivní akci,“ říká Petr Jindra, marketingový ředitel Spar ČOS.



KM Beta opět osloví televizní diváky

Společnost KM Beta se připomene zákazníkům prostřednictvím sponzoringu na TV Nova. Celkem 66x osloví potenciální individuální stavebníky, ale i architekty a projektanty březnovou kampaní, kterou zajišťuje agentura AG Geronimo. Vzhledem k cílové skupině byly pro umístění vzka-zů vybrány především večerní vysílací časy. Spoty budou odvysílány před pořady s vysokou sledovaností, jako je např. nedělní zábavná show Mr. GS či sobotní filmy od 20 hodin. „Přelom zimy a jarních měsíců je pro realizaci kampaně ideální dobou. Před začátkem stavební sezony se nám podobné aktivity velmi osvědčily již v loňském roce, kdy rovněž proběhla televizní kampaň,“ vysvětluje Jiří Foltýn ze společnosti KM Beta.

(Pokračování ze stránky 2)

né veřejnosti. Každý rok jsou přibližně 4 miliony automobilů značky Ford v USA a Evropě vybaveny uzávěrem palivové nádrže, který uvádí doporučení používat pohonné hmoty značky BP. Od ledna 2009 bude rovněž 1,6 milionu vozů, které ročně opustí továrny Ford, vybaveno uzávěry olejových nádrží doporučujících značkové oleje Castrol. Zároveň se začne zabývat společným výzkumem a vývojem nové generace motorových olejů.

BioFach 2009

Největší světový veletrh ekologického zemědělství a biopotravin BioFach se uskutečnil v německém Norimberku od 19. do 22. února 2009. Představilo se zde rekordních 2900 vystavovatelů z celého světa. Společnou národní expozici českého ekologického zemědělství a jeho produktů připravilo Ministerstvo zemědělství ČR (MZe ČR) ve spolupráci se sdružením Pro-Bio Liga. Na výstavní expozici o rozloze 120 m² se představilo kromě MZe ČR a neziskových organizací (Pro-Bio Svaz ekologických zemědělců, Pro-Bio Liga a Bioinstitut) 11 českých výrobců a obchodníků s biopotravinami. Na národním stánku probíhaly ochutnávky českých biopotravin, doplněné informačními materiály a fotografickou výzdobou.

Personálie

- Na pozici administrativního ředitele se zodpovědností za účetní oddělení, logistiku, kontroloving a IT & IM společnosti Makro Cash & Carry ČR a Metro Cash & Carry Slovakia nastoupil Roland Ruffing. Předtím působil na stejné pozici v Makro Cash & Carry Polsko. Nahradi dosavadního ředitele Manoje Kumara Gargu, který se vrátil do Indie.
- Tým Poštovní spořitelny rozšířil manažer nově vzniklého útvaru Řízení klientského portfolia Dušan Pavlů. Náplní jeho práce bude vyhledávání nových tržních příležitostí. Nově zřízený útvar má za úkol řízení kampaní, brandovou strategii a vyhledávání příležitostí pro křížový prodej.
- Mezinárodní realitně poradenská společnost CB Richard Ellis oznámila povýšení Pavla Scháňky, Patricka O'Gormana a Jose Trompa do pozice ředitelů a Marcela Kolesára do pozice odhadce.
- Jarrod Epps byl jmenován obchodním ředitelem a členem správní rady investiční společnosti Avant Fund Management, která patří do skupiny Finep Holding, SE. Avant Fund Management se zaměřuje na investice do nemovitostí a pozemků. Hlavními cíli Jarroda Eppse je propojení kapitálu přímých investorů ve fondu a vyhledávání kupních příležitostí na trhu nemovitostí v ČR a napříč celou střední a východní Evropou.