

Závěry konference Bio Summit

Konference Bio Summit 2010, která proběhla 8. dubna v Praze za účasti více než 150 delegátů z řad obchodníků, potravinářů a dalších podnikatelů, nabídla aktuální a naléhavá poselství několika řečníků zejména v oblasti etického a trvale udržitelného podnikání. Řečníci poukázali na řadu příkladů, a to jak globálních společností, tak i středně velkých regionálních firem, že skloubit hodnoty ekonomiky a etiky je nejen možné, ale i velice výhodné pro všechny zúčastněné strany, od akcionářů přes zaměstnance až po zákazníky, nemluvě o výhodách pro životní prostředí obecně.

Hlavní závěry v kostce:

- Finanční krize, umocněná sociálními a ekologickými problémy a zvyšujícím se pocitem zodpovědnosti spotřebitelů, mění ekonomické a podnikatelské prostředí.

- Spotřebitelé své peníze daleko více směřují k nákupům zboží, u kterého vnímají hodnoty přesahující jeho finanční cenu. U nakupovaného zboží očekávají transparentní původ, co nejšetrnější způsob výroby a vyčlenění ekologických, ekonomických a společenských dopadů výroby, obchodu a spotřeby.

- Trh s bioprodukty a dalšími etickými výrobky má před sebou veliký potenciál růstu.

Volkert Engelsman, Eosta

- Prozíraví podnikatelé se inspirovali nikoli v minulosti, ale v budoucnosti.

- Etičtí spotřebitelé (lohasiané) nejsou ekonomickou, nýbrž informační elitou. Jsou vysoce vzdělaní a od nakupovaných výrobků očekávají naplnění vlastních hodnot trvalé udržitelnosti.

- Spotřebitelé budou stále více vyžadovat průkazné a nezávislé hodnocení příspěvku výrobce a obchodníka k trvalé udržitelnosti, tedy k otázkám souvisejícím nejen s ekologií, ale také s ekonomickou a společenskou odpovědností. Úspěch budou mít naprosto transparentní, otevřené a etické společnosti, schopné svým zákazníkům srozumitelně sdělovat své hodnoty.

- Trvalá udržitelnost je skvělý business.

Petra Šánová, Provozně-ekonomická fakulta, Zemědělská univerzita Praha

- Pro úspěch na trhu je stále důležitější skupina zákazníků žijící nový konzumní a životní styl, zahrnující kritérium etiky, tzv. LOHAS.

- LOHAS spotřebitelé představují budoucnost pro všechny podnikatele zaměřené na trvale udržitelné produkty a služby. Jsou to progresivní spotřebitelé, tvůrci názorů a lídři v oblastech sociálních, ekologických a ekonomických změn. Jejich tržní potenciál zůstává prakticky nevyužitý.

- LOHAS jako životní styl zasahuje do širokého spektra spotřebního zboží, a to od potravin přes oděvy, potřeby pro děti, domácnost až po ekologičtější auta, domy a další související produkty a služby.

Vladan Armus, Starbucks

- Investice do zlepšování životní úrovně našich dodavatelů, pěstitelů kávy, je nezbytná pro náš úspěch.

Toralf Richter, BioPlus

- Firmy musí pro své hodnoty nadchnout především vlastní zaměstnanci.

Jen vzdělání a angažování zaměstnanců jsou dobrými reprezentanty firemních vizí.

- Zákazníci mají k dispozici více informací, ale jsou méně informovaní. Úspěch závisí na vtažení zákazníků do hry.

Tom Václavík, Green marketing

- Spotřeba biopotravin ve světě i v České republice nepřestává stoupat, jen dynamika růstu se vzhledem k ekonomické situaci mírně zpomalila.

- Obrát českých výrobců generických, nevyprofilovaných značek biopotravin stagnuje. Emotivní značky, efektivně sdělující své hodnoty, dále rostou.

- Rostou prodeje zboží pocházející z Fair Trade, lokálních (bio)potravin, biokosmetiky a biotextilu – výrobků, které v sobě obsahují etické hodnoty spotřebitelů LOHAS.

- Biopotraviny mají obrovskou budoucnost. V současné době se na trhu s potravinami a nápoji ve vyspělém světě podílí jen 3 až 5 %.

- Ekonomická krize způsobila, že lidé nyní od každého zakoupeného výrobku požadují větší hodnoty. Biopotraviny jim mohou tyto hodnoty nabídnout jako žádný jiný produkt.

- Biotextil zažije stejný boom jako biopotraviny, prodeje rostou o desítky procent ročně.

Rainer Plum, New Ethics Institute

- V následujících letech očekává soustavný růst obrátů kontrolované přírodní kosmetiky a biokosmetiky, což na druhou stranu povede k rostoucí konkurenci a oboru přinese značné výzvy.



Regal 4/2010 vyjde 21. 4.



V ČÍSLE MJ. NAJDETE:

- Hledání cesty z promoční pasti
- Energetické úspory
- Letní sezona

Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Veletrh obalů a obalové techniky Emballage 2010

Mezinárodní veletrh obalů a balení Emballage se bude konat v Paříži na severním výstavišti Villepinte od 22. do 25. listopadu 2010. Hlavním tématem bude inteligentní balení: 100% inovované a 100% v duchu udržitelného rozvoje. Letošní 39. konání zdůrazní některé oblasti či trhy. Každá oblast (zemědělsko-potravinářská, tekutiny a nápoje, zdraví, krásy, luxus, průmyslové zboží atd.) bude samostatným místem, kde se odborníci budou moci setkávat a vyměňovat si zkušenosti na témata, která jsou v popředí jejich zájmu. Kontakt pro vystavovatele: tel. Paříž +33 1 76 77 14 24, pro návštěvníky: tel. Praha 222 518 587. Další informace na www.emballageweb.com nebo www.francouzskeveletrhy.cz v rubrice kalendář; tyto stránky jsou průběžně aktualizovány.

World Retail Congress 2010 bude až v říjnu

Ve spojitosti se stávajícím uzavřením prakticky celého evropského vzdušného prostoru a po konzultacích s mluvčími, partnery a množstvím delegátů se organizátoři letošního ročníku World Retail Congress, který měl proběhnout 21. až 23. dubna v Berlíně, rozhodli o přesunutí termínu na říjen tohoto roku. Stávající registrace samozřejmě platí nadále.

Více informací na: +44 207 554 5808 nebo info@worldretailcongress.com.

Subway chce do dalších zemí

Franšízový řetězec Subway se letos plánuje v regionu střední a východní Evropy rozrůst do dalších zemí. Nově připravuje vstup do Slovinska a Rumunska. V současné době v regionu působí v Polsku, Česku, Slovensku, Maďarsku, Chorvatsku a Rusku. Nyní firma hledá ve Slovinsku partnera, který by měl na starosti rozvoj sítě v zemi. V Rumunsku chce začít prodávat franšízové licence od poloviny letošního roku. Fastfoodová síť Subway plánuje rozvoj i přes loňský propad většiny ekonomik v regionu. Letos očekává v regionu mírné oživení a tomu přizpůsobuje i strategii rozvoje. V zemích střední a východní Evropy,

(Pokračování na stránce 2)

Online město NonstopCity.eu

Začátkem dubna se otevřely brány online města NonstopCity.eu, kde si návštěvníci mohou užívat zábavu, nákupy a relax 24 hodin denně, 7 dní v týdnu a získat tak nějakou z více než 10 tisíc cen. Ti nejaktivnější můžou získat každý týden prémiové ceny vyšší hodnoty až do 15 tisíc Kč, jako jsou letenky, jízdní kola či elektronika. „Tento projekt Nescafé je jedinečný v tom, že na vlastní výhře se musí každý aktivně podílet sám a každý má šanci vždy něco získat. Nemusí čekat, jestli bude vylosován, svůj nákup si realizuje sám podle vlastního výběru. Věřím, že cen je připraveno tolik, že uspokojí většinu návštěvníků našeho virtuálního města,“ říká Martin Rosička, brand manažer značky Nescafé 3v1. Více na www.nonstopcity.eu.

Dům barev – soutěž o zájezd na formule 1

Dům barev, síť maloobchodních prodejen specializovaných na prodej nátěrových hmot, vyhlásila pro své zákazníky Velkou jarní soutěž o dvoudenní zájezd na Velkou cenu Maďarska formule 1 na okruhu Hungaroring. Podmínkou pro účast v soutěži, která probíhá od 1. dubna do 30. června, je nákup zboží dvou exkluzivních značek sítě prodejen Dům barev v celkové minimální hodnotě 15 tisíc Kč. „Výherními“ značkami jsou: řada exkluzivních interiérových a exteriérových nátěrů Primalex Profitech a řada vnitřních nátěrových hmot nové privátní značky sítě Dům barev Blue-Line. Jednotlivé nákupy produktů obou značek či jejich libovolných kombinací je možné za dané období sčítat. Slosování soutěžních voucherů a vyhlášení 42 výherců proběhne 9. července 2010.



Dva nové přírůstky v AFI Paláci Pardubice

AFI Palác Pardubice připravil pro své zákazníky dva nové obchody – Kenvelo Kids a Easy models. Obchod značky Kenvelo Kids byl otevřen v 1. patře a nabízí módní oblečení pro děti od 2 do 12 let pro každý den za lákavé ceny. V nabídce obchodu jsou také boty a různé doplňky jako například pásky, čepice, šátky, tašky a další. Prodejna Easy models je pro dětské i dospělé milovníky dokonalých modelů. Budou si moct vybrat ze široké škály modelů lodí, letadel, aut, vrtulníků nebo tanků, včetně náhradních dílů. Prodej byl zahájen 15. dubna v přízemí.

Albert snížil spotřebu plastových tašek o polovinu

Po zpoplatnění malých plastových tašek (1 Kč) v hypermarketech Albert klesla jejich spotřeba o polovinu. Zákazníci začali více myslet na životní prostředí a zvýšilo se opakované využívání vlastní tašky. „Spotřeba těchto malých recyklovatelných tašek klesla o polovinu, což představuje několik desítek milionů kusů. Při jejich výrobě se nám tak podařilo snížit zátěž na životní prostředí. Zároveň se jejich prodejem získala částka přesahující pět milionů korun pro charitativní účely,“ říká Libor Kytýr, ředitel komunikace prodejen Albert. V průzkumu retailera téměř 40 % Čechů přiznalo, že si v případě tašek rozdáváných zdarma bere více kusů než jich opravdu potřebují.

Ben & Jerry's jde do obchodů

Od dubna 2010 je legendární zmrzlina Ben & Jerry's k dostání nejen ve své vlastní pobočce na Václavském náměstí, ale i ve vybraných obchodech v Praze a v Brně v novém balení určeném pro konzumaci doma. Rozšiřuje se tak nabídka na českém trhu. Podle vyjádření zástupců společnosti Unilever ČR tento krok koresponduje s jejím distribučním plánem a podtrhuje její zájem působit v regionu střední Evropy.

Tato prémiová zmrzlina je v obchodech k dostání v šesti produktových variantách – Chocolate Fudge Brownie, Cookie Dough, Phish Food, Cherry Garcia, Chunky Monkey, Strawberry Cheesecake v balení o objemu 500 ml. Cena jednoho balení je 149 Kč. Dne 27. dubna uspořádá Ben & Jerry's poprvé v České republice svoji akci nazvanou Kopeček zmrzliny zdarma. Ta má mnohaletou celosvětovou tradici a je poděkováním firmy svým stálým zákazníkům a pozváním pro zákazníky nové.



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

(Pokračování ze stránky 1)

kde již působí, počítá s 35 novými restauracemi. Ve většině zemí také počítá s růstem prodeje i hodnoty nákupů zákazníků.

Ocenění společnosti Aramark

Společnost Aramark, světová jednička v poskytování stravovacích služeb, byla dle žebříčku časopisu Fortune jmenována „Nejobdivovanější společností světa“. Toto označení získala již potřetí za sebou. Od roku 1998 se objevuje mezi prvními třemi firmami ve své kategorii (různorodé outsourcingované služby – tzn. podniky nabízející řadu profesionálních služeb s přidanou hodnotou) a jako nejlepší byla hodnocena šestkrát v posledních devíti letech. Zajímavostí je, že od roku 1968 je výhradním dodavatelem stravovacích služeb na olympijských hrách. Aramark je úspěšný i na českém trhu. Díky kvalitě služeb a servisu získal Národní cenu kvality ČR.

Ryby pouze z obnovitelných zdrojů

Společnost Mars se v segmentu petcare zavázala používat ryby pouze z obnovitelných zdrojů, a to nejpozději do roku 2020. Klade si tyto cíle: používat pouze ryby získané ze 100% obnovitelného rybolovu a ekologického chovu ryb, postupně nahrazovat používání celých ryb a rybích filetů z volně žijících ryb vedlejšími rybími produkty a rybami chovanými udržitelným způsobem a používat jen trvale udržitelné alternativy pro suroviny z mořských ryb. „Tento závazek udává směr, jímž se hodláme vydat, přičemž naše pozice největšího výrobce produktů pro domácí zvířata nám umožňuje podílet se na skutečné změně,“ říká Pierre Laubies, global president segmentu Mars Petcare. „Věříme, že můžeme být katalyzátorem změny a doufáme, že naše spolupráce s organizacemi pro udržitelnost, jako je např. WWF, přesvědčí zbytek tohoto průmyslového odvětví, aby náš příklad následoval.“

Thule otevírá v Berlíně

Společnost Thule, působící v oboru sportovní a užitné přepravy, oznámila zahájení svého nového globálního maloobchodního projektu. Prvním krokem v rámci strategie firmy je otevření reprezentační prodejny v Berlíně dne 14. dubna. Peter Kjellberg, viceprezident marketingu, dodává: „Jsme velice pyšní, že můžeme otevřít reprezentační prodejnu Thule, zejména v tak pulzujícím městě, jakým je Berlín. Tato prodejna bude vzorem pro všechny další prodejny, které otevřeme v budoucnu. Upřímně také věříme, že pomůže spotřebitelům a prodejcům pochopit hlavní ideu Thule, která je založena na kombinování funkcí a designu.“

ProLogis smluvně o výstavbě

ProLogis, mezinárodní poskytovatel distribučních nemovitostí, oznámil podepsání čtyř smluv o výstavbě v Evropě během prvního (Pokračování na stránce 3)

Jedna z největších realitních transakcí počátku roku

Evropská realitní skupina Valad Property Group a fond Aviva Investor Central Europe Industrial Fund (CEIF), vlastníci několika logistických center v ČR, dokončily začátkem dubna jednu z největších realitních transakcí počátku roku. Společnost Fast ČR, dodavatel bílého zboží a elektroniky ve střední Evropě, prodloužila nájemní smlouvu na dalších pět let v logistickém areálu Říčany Trading Estate v Říčanech u Prahy (původní areál Sanitas). Stávajících 25 300 m² logistických ploch (renegociace) rozšířil nájemce v rámci své expanze o dalších 11 900 m². Transakce tak představuje celkem 37 200 m² pronajatých skladů, kanceláří a maloobchodních a přidružených manipulačních prostor. Transakci zprostředkovala mezinárodní poradenská společnost DTZ, jež pro vlastníka Říčany Trading Estate přes tři roky zajišťuje property management.

Philips představil novinky roku 2010

Společnost Royal Philips Electronics představila 1. dubna novinky pro letošní rok. V oblasti životního stylu jsou to např. nové LCD televizory, které jako jediné na trhu využívají technologii Ambilight a k tomu designově sladěné systémy domácích kin s technologií Ambisound. Dále epilátory či zastříhovače vlasů, výkonné vysavače nebo systémové žehličky. Sektor osvětlení prezentoval komplexní portfolio světelných zdrojů a svítidel na bázi LED technologie. Jednou z inovací je platforma LEDGINE založená na vyměnitelných LED modulech s optikou zvyšující uniformitu osvětlení oproti současným řešením s diskretními LED zdroji.

Fashion Weekend

Víkend plný slev s názvem Fashion Weekend uspořádalo první pražské outletové centrum Fashion Arena ve Štěrboholích o prodlouženém víkendu 16. až 18. dubna 2010. K běžným cenám, vždy minimálně o 30 až 70 % nižším než v běžných obchodech, se přidaly další slevy na celé nákupy. Akce Fashion Weekend se zúčastnily více než dvě třetiny obchodů outletového centra Fashion Arena a slevy ve vybraných obchodech se vyšplhaly až na 30 % za celý nákup. Například Mango, Pepe Jeans, Alpine Pro nabízely dodatečné slevy na celý nákup ve výši 20 %, pánskou společenskou módu značky Sarar bylo možné zakoupit se slevou 30 %.



Nakupování s Googlem

Společnost Google spouští novou funkci vyhledávání – Nakupování. Nástroj umožňuje najít zboží a ceny na serveru www.google.cz. Informace o zboží a cenách se sbírají automaticky, systém prohledává miliony webových stránek a vybírá informace o ceně produktu a jeho fotografii. Díky této nové technologii dostávají uživatelé Google informace z tisíců českých internetových obchodů a mohou snadno najít nejrůznější zboží. Pokud jsou na serveru obchodu pro jeden druh zboží uvedeny dvě ceny – se slevou a bez – Google ukáže tu nejlepší nabídku. S pomocí Nákupů Google lze srovnávat ceny v různých internetových obchodech nebo omezit hodnotu zboží rozpočtem.

Nový člen POPAI CE

Asociace POPAI CE má dalšího nového člena a zároveň posilu pro program sekce digitální a multimediální komunikace. Stala se jím společnost Q advertising, která působí v oblasti digitálních médií a k jejím hlavním činnostem patří vlastnictví, správa a provoz nosičů kategorie digital signage umístěných v obchodních centrech Prahy a ČR. Firma se podílí na podpoře programu POPAI CE již od počátku letošního roku, kdy ředitel společnosti, Mojmir Halen představil nový projekt měření sledovanosti digitálních nosičů v obchodních centrech prostřednictvím nové metody snímání tváří návštěvníků a ukázal rovněž první výsledky měření.

Znělku Family Frost lidé již neuslyší

Typickou znělku, která více než 15 let oznamovala příjezd žluté dodávky známého distributora mražených výrobků Family Frost, už lidé nikde neuslyší. Společnost totiž změnila způsob prodeje, který je nyní založen výhradně na přímé donášce až do domu. „Prodejce přijíždí za svými zákazníky každých 14 dní, ohlásí se zazvoněním u dveří a prodej se uskuteční přímo u zákazníka. Z tohoto důvodu již znělka nemá své využití a zákazníci ji dnes již nikde neuslyší,“ komentuje nový prodejní systém Martin Odvárko, jednatel společnosti Family Frost, a dodává: „Dosavadní zkušenost a pozitivní reakce zákazníků nás přesvědčily, že to byl krok správným směrem. Prodejce má na své zákazníky více času, poradí s výběrem a zboží přinese až domů.“

(Pokračování ze stránky 2)

čtvrtletí, na jejichž základě poskytne stavební služby a obdrží příjmy. Philip Dunne, prezident ProLogis pro Evropu, říká: „V našem přístupu k zákazníkům vzrůstá zaměření na stavební aktivity pro třetí strany, které chtějí vlastní nemovitosti a pomáhají nám generovat doplňkové příjmy bez nárůstu kapitálových investic z naší strany.“ Konkrétně jde o tyto smlouvy o výstavbě: Erfurt, Německo – distribuční nemovitost o rozloze 67 500 m² pro společnost GIEAG (Gewerbe Immobilien Entwicklungs AG), komerčního realitního developera a správce aktiv; Paříž, Francie – distribuční nemovitost o rozloze 32 tisíc m² pro francouzskou průmyslovou společnost; Werne, Německo – distribuční nemovitost o rozloze 16 900 m² pro společnost GIEAG; Stockholm, Švédsko – distribuční nemovitost o 6900 m² pro nezávislou realitní investiční společnost Svensk Fastighetsfond AB (SFF).

Soutěž pro umělce z 31 zemí

Henkel Central Eastern Europe vyhlašuje již 9. ročník výtvarné soutěže Henkel Art.Award. Soutěž dotovaná 7000 eur se zaměřuje na propagaci umělců z 31 zemí střední a východní Evropy a střední Asie. Vítěz navíc od pořadatele soutěže získá možnost uspořádat výstavu ve své vlasti i samostatnou expozici ve vídeňském Muzeu moderního umění Nadace Ludwig (MUMOK). Soutěž Henkel Art.Award 2010 ocení mimořádné a novátorské umělecké počiny v oborech malby, kresby, fotografie, videoartu a uměleckých instalací. Uzávěrka přihlášek do českého kola soutěže je 10. června. Více na www.artaward.henkel.at.

Personálie

- V březnu 2010 posílila tým marketingu a PR ve společnosti pro výzkum trhu GfK Czech Agáta Jankovská. Ve funkci PR manažerky a tiskové mluvčí společnosti bude mít na starosti především komunikaci s médii.
- Do pracovního týmu brněnského nákupního a zábavního centra Olympia od 1. dubna 2010 přibyli dva pracovníci: manažerkou PR a vztahů s nájemci centra se stala Monika Findoráková. Nově vytvořenou pozici event & publicity coordinator zastává Leoš Pajer.
- Lokální tým Googlu už tvoří 12 členů. Ke stávajícím devíti přibyli tři noví lidé, kteří rozšířili tým marketingu i prodeje. Luděk Motýčka nastupuje jako head of marketing, Petra Brodillová jako account strategist a Peter Varga jako account coordinator.
- Nové oddělení Channel Marketingu v Plzeňském Prazdroji povede Luboš Kastner. Ve funkci národního channel marketing manažera má na starosti koordinaci promoaktivit a marketingových kampaní jednotlivých značek v místech prodeje, vývoj nových aktivizačních programů a správu propagačních materiálů.