

REGAL^{line}

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 38/10, 16. 11. 2010

Galerie Harfa byla otevřena

Dne 11. 11. v 11 hodin 11 minut proběhlo slavnostní otevření pražského obchodního centra Galerie Harfa v sousedství O2 areny u stanice metra Českomoravská. Je to jediné obchodní centrum, které se letos otvírá v hlavním městě. Na ploše 49 tisíc m² nabízí 160 obchodů se značkovou módou, sportovním oblečením a vybavením, obuví a koženými doplňky, potřebami pro domácnost, gastronomickými lahůdkami a dalším zbožím.

Kromě známých značek, které v Galerii Harfa otvírají své obchody, se centrum stává také premiérou nových. Např. značky, které poprvé vstupují na český trh: síť fitness a wellness center Pure Health & Fitness, čokoládové výrobky Cacao Sampaka, oblečení pro děti Lego Wear i móda a potřeby pro nastávající maminky a novorozence Prénatal. Dále značky, které vstupují na pražský trh, např. móda větších velikostí Ulla Popken a módní řetězec KappAhl. „V den otevření a o nadcházejících víkendech bude Galerie Harfa plná spousty zajímavých aktivit,“ informuje Tamir Winterstein, generální ředitel developer-ské skupiny Lighthouse Group, s tím, že zábava se bude odehrávat zejména na střeše obchodního centra, které nabízí i kluziště, audiovizuální a vodní atrakce. Na jaře se na střeše otevře také Dinopark; do té doby je pro děti i dospělé uvnitř centra k vidění výstava „Příchod dinosaurů“.

V přízemí je největší nájemce, nejmodernější a již 33. hypermarket Interspar v České republice. Nové uspořádání regálů s využitím druhotného umístění na ploše zpřehledňuje zboží, kterého Interspar Harfa nabízí více než 20 tisíc položek. „Prodejna je přehledně uspořádána do takzvaných nákupních světů, ve kterých spolu zboží tematicky a logicky souvisí, šetří zákazníkům hledání a podpoří jejich zážitek z nakupování,“ doplňuje Martin Ditmar, jednatel společnosti Spar ČOS. Je zde i nový obchod Tchibo, po liberecké Nise druhý v novém stylu. Ten zahrnuje pohodlná křesílka, novou barevnost nábytku i celého obchodu. S kavárnou sousedí pult pro prodej kávy na doma – včetně jednodruhové prémiové kávy Tchibo Exclusive Origins. Prostor uzavírá oblíbená nabídka spotřebního zboží Tchibo.



Ochutnávky Old El Paso v hypermarketech Tesco

V listopadu probíhají v pražských hypermarketech Tesco ochutnávky výrobků značky Old El Paso. Zastoupení této světové jedničky na trhu mexických potravin převzala od letošního května společnost F.W. Tandoori. Nabízí prvotřídní kvalitu oblíbených tortil, chipsů, dip omáček, stejně tak i dinner kity se všemi důležitými ingrediencemi k přípravě Fajitas, Burritos, Enchiladas a Tacos. Ochutnávky se uskutečňují vždy od 11 do 17 hodin v hypermarketech Tesco: Skalka 11. a 12. 11., Novo Plaza 13. a 14. 11., Nový Smíchov 15. a 16. 11., Letňany 17. a 18. 11., Eden 19. a 20. 11. a Zličín 21. a 22. 11.

Výprodej ve speciálním obchodě Fashion Street 33

Již podruhé letos nabízí outletové centrum Fashion Arena luxusní módu značky Hugo Boss v obchodě mimořádných nabídek Fashion Street 33. Ležérnější, volnočasovou módu či formální oděvy lze od 28. října do 19. prosince 2010 pořídit ve Fashion Arena Outlet Center v Praze-Štěrboholicích mimořádně výhodně – slevy se budou pohybovat v rozmezí 40 až 70 %. Kromě výhodných cen se zákazníci mohou těšit také na speciální týdenní akce. V sortimentu je i další světoznámá značka dámské módy Strenesse. „Jsme velmi rádi, že máme již podruhé možnost nabídnout náš sortiment zákazníkům outletového centra Fashion Arena,“ hodnotí Miroslav Tomka, managing director společnosti My Fashion provozující obchody Hugo Boss a Strenesse.



Regal 11/2010

vyjde 18. 11.

V čísle mj. najdete:

- Mobilní nakupování
- Prodejna roku 2010
- World Retail Congress
- Produkty pro děti



Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Veletrh EuroShop 2011

Ve dnech 26. 2. až 2. 3. 2011 proběhne v Düsseldorfu veletrh EuroShop. V předchozím ročníku v roce 2008 zde bylo 1895 vystavovatelů ze 48 zemí, kteří obsadili výstavní plochu o více než 100 tisících m². Do města na Rýnu přicestovalo kolem 105 tisíc odborných návštěvníků z celého světa. Michael Degen, vedoucí úseku ve společnosti Messe Düsseldorf, doplňuje: „Zvláštní význam tohoto veletrhu pro návštěvníky dokládá jeho vysoká míra mezinárodnosti, která překračuje 60 %. Tato akce je však současně odrazem velké dynamiky mezinárodních obchodních vztahů v této globální éře.“ Od roku 2002 je veletrh rozčleněn do čtyř samostatných podskupin: EuroConcept, EuroSales, EuroCIS a EuroExpo. V segmentu EuroConcept jsou soustředěna témata stavba a zařízení prodejen, osvětlovací technika, podlahová krytina, architektura a design prodejen, ale i chladicí nábytek a chladicí zařízení. EuroSales propojí všechny fasety vizuálního marketingu, podpory prodeje a marketingu místa prodeje, sektor EuroCIS představuje inovační informační a bezpečnostní technologie. EuroExpo spojuje témata výstavby veletržních stánků, designu a pořádání akcí. Organizátoři 3,5 měsíce před následujícím ročníkem registrovali 1510 vystavovatelů, výstavní plochu 102 tisíc m² a zatím 14 vystavovatelů z ČR (např. Dekor, Jansen Display, Robe Lighting, Sara a další) a 3 ze SR. Více na www.euroshop.de.

Videoklip s pomocí fotoaparátu

Společnost Samsung Electronics oznámila premiérové uvedení hudebního videoklipu k poslední písni skupiny OK Go „Last Leaf“. Klip byl vyroben pomocí nejnovějšího fotoaparátu firmy Samsung, modelem NX100. Klip vznikl kombinací tisíců fotografií pořízených fotoaparátem tak, aby vytvořily animovaný film skládaný po jednotlivých okénkách. To dokládá technické možnosti a tvůrčí mnohostranost fotoaparátu NX100. Snímky jsou prokládány ručně kreslenými animacemi, na nichž pracovala skupina spolu s animátorem Geoffem McFettridem, a výsledkem je jedi-

(Pokračování na stránce 2)

Nejlepší výrobky a služby se značkou Česká kvalita

Rada kvality ČR a Řídící výbor Programu Česká kvalita dne 3. 11. oznámily udělení dalších ocenění kvalitním výrobkům a službám v Programu Česká kvalita. Na slavnostním večeru pořádaném pod záštitou předsedy Senátu PČR Přemysla Sobotky a ministra průmyslu a obchodu Martina Kocourka bylo oceněno 20 nových výrobků a služeb, které rozšíří nabídku produktů s nezávisle ověřenou kvalitou na českém trhu. Mezi oceněnými firmami a produkty například byly: Triola (drátová podprsenka s vyztuženými košíčky), MPM-Quality (náramkové hodinky Prim), Malý génius (didaktické pěnové puzzle) či Fatra (nafukovací hračky z plastu – buvol, slon, žirafa). V rámci kategorie Q 21 – prodejna 21. století uspěly: Jednota s. d. České Budějovice (supermarket Terno České Budějovice), Jednota s. d. Zlín (supermarket Terno Zlín – Louky) a maloobchodní síť Brněnka (prodejna Pramen-Brněnka Brno - Královo Pole).

Tipy na nedělní brunch

Stejně jako k nám z Anglie dorazil sendvič, rozšířila se z této ostrovní země do světa s úspěchem další specialita, brunch. Jeho označení vzniklo spojením dvou anglických slov breakfast – snídaně a lunch – oběd. Obliba brunchu stoupá také u nás a dobrou zprávou je, že si jej lze lehce připravit i doma. Vhodné kvalitní výrobky nabízí např. značka Penam, a to v podobě Super Sandwiche a Chleba Labužník. Jejich krajíce lze ozdobit např. Kuřecí šunkou z prsních řízků výběrovou značkou Vodňanské kuře, použít je možné i Drůbeží lahůdkovou pastiku stejné značky. Dobrou volbou je i Kuře chlazené také této značky nebo předem okořeněné Krutí prso v kofení značky Maso Planá. Na závěr brunchu je možné servírovat sladké dezerty. V zimním období přijdou vhod především moučníky z vláčných těst a s lehkými náplněmi. Kdo se nechce jejich přípravou zdržovat, může vyzkoušet Překládané koláče značky Penam, které jsou k dostání ve čtyřech chuťových variacích – např. Překládaný koláč s náplní tvarohovou a višňovou.



Vánoční designový hrnek Carte Noire

Před Vánoci se v limitované edici objeví na pultech obchodů designový hrníček pro kávu Carte Noire, který navrhl módní návrhář Josef Klír. Bude možné jej zakoupit ve vánočním balíčku spolu s touto exkluzivní francouzskou kávou. Prémiová káva Carte Noire si od svého uvedení na český a slovenský trh v roce 2009 stále více získává oblibu zákazníků a konzumentů. Ti oceňují především její vyváženou chuť, kvalitu 100% arabiky a smyslnost, která značku Carte Noire doprovází.

Jičínský SanSwiss plánuje růst tržeb

Téměř desetinné meziróční navýšení obrátu na 500 mil. Kč a hrubý zisk 52 mil. Kč plánuje v roce 2010 společnost SanSwiss z Jičína. I přes dlouhodobý útlum stavební výroby tak tento producent sanitární techniky značky Ronal pokračuje v růstu výkonů z minulých let. Jestliže v roce 2008 firma vyrobila 96 tisíc a loni 118 tisíc sprchových koutů, letos už počítá s produkcí 125 tisíc kusů. Informoval o tom ředitel podniku Ondřej Stěhulka s tím, že v současné krizi se výhodou ukázalo tradiční zaměření firmy na zakázkovou a malosériovou výrobu luxusních a kvalitních sprchových koutů s vysokou užitnou hodnotou.



Prezentace španělských potravin a vín

Společnosti BMC Brno a BSC – Business Spain Center, které působí na českém a slovenském trhu jako dovozci potravin a vín exkluzivně ze Španělska, pořádají prezentaci španělských potravin a vín převážně z oblasti Dona Quijota La Mancha. Akce se uskuteční 25. listopadu 2010 v Obchodní kanceláři Velvyslanectví Španělska (Štěpánská 10, Praha 2). Od 10 do 15 hodin bude možné ochutnat vína, dále sýry, olivy, olivový olej, jamon (španělská šunka), čokolády a další delikatesy. „Akce je určena pro odborníky z řad gastronomie a vinoték i pro milovníky dobrého jídla a pití. Přiletí čtyři zástupci španělských firem, aby mohli osobně návštěvníkům představit svoje výrobky. Akce je pořádána ve spolupráci s obchodní komorou Albacete, IPEX,“ dodává Gabriela Sehnalová, ředitelka BSC – Business Spain Center.

Toyota Demo Days 2010

Rozsáhlá prezentace produktů a služeb společnosti Toyota Material Handling CZ, která letos proběhla 21. října v Rudné, opět zaujala. Toyota Demo Days se staly příjemným a neformálním setkáním lidí, kteří se v průběhu roku potkávají spíše na opačných stranách vyjednávacích stolů. „Vloni jsme Demo Days zaměřili na komplexní představení naší nabídky, kdy uspořádání 1500 m²

(Pokračování na stránce 3)

(Pokračování ze stránky 1)

nečný hudební videoklip. Spolupráce naznačuje nový umělecký směr skupiny OK Go, jejímž předchozím videoklipům dominovaly akce natáčené na jeden záběr.

Propojení západní Evropy a Ruska

Nová železniční linka spojuje západoněmecký Duisburg a Moskvu. Vlaky odjíždějí každý týden a na své sedmidenní cestě urazí přes 2200 km. Linku provozuje společnost Trans Eurasia Logistics, kterou jako joint venture založili dopravci Deutsche Bahn, Russian Railways, Polzug, Kombiverkehr a TransContainer. „Naše joint venture usiluje o vytvoření nabídky přeprav kontejnerů mezi západní Evropou a Ruskem z jediného zdroje. Tím posiluje železniční dopravu v tomto významném dopravním koridoru a zvyšuje její efektivitu,“ říká Alexander Hedderich, CEO společnosti DB Schenker Rail. Nová služba zahrnuje kromě samotné železniční přepravy také zajištění kontejnerů, manipulaci s kontejnery, sledování pohybu vlaků po celou dobu přepravy a přepravu kamionem na první a poslední míli. Železniční linka má také významný ekologický přínos, neboť vyprodukuje o dvě třetiny méně emisí, než kdyby bylo zboží přepravováno po celé trase kamiony.

Marketingová kampaň ve 20 zemích

Nová marketingová kampaň DB Schenker „Delivering Solutions“ se zaměřuje na specifické a komplexní nabídky služeb v oblasti přeprav a logistiky. Podzimní kampaň je převážně zaměřena na tisk a on-line média. Na jaře bude následovat directmailingová kampaň. Kromě ČR kampaň poběží v 19 zemích, včetně Číny, Indie, Německa a Ruska. „Právě probíhající kampaň se v České republice zaměřuje na zákazníky ze segmentu elektroniky. V první fázi prezentujeme v inzertní kampani logistické služby pro tento specifický segment zákazníků. Ve druhé fázi od nás formou obdrží brožuru s informacemi a dárky. Samozřejmě stíjí je návštěva našich obchodních zástupců ve vybraných společnostech a osobní prezentace našich služeb,“ říká Martin Bacílek, brand manažer DB Schenker v ČR.

Lepší rating Švýcarska a Islandu

V průběhu října poradenská společnost Dun & Bradstreet (D&B) zvýšila rating dvěma evropskými státy – Švýcarsku a Islandu, ke snížení přistoupila v případě Irska. V rámci Evropy má tak podle hodnocení D&B Švýcarsko aktuálně nejpříznivější investiční klima před Německem a Norskem. „Důvodem ke zvýšení ratingu je zotavování švýcarské ekonomiky a zlepšení v oblasti kreditního rizika,“ říká ředitelka D&B Alena Seoud. Island se posunul z kategorie vysokého rizika do středního rizika návratnosti investice. Svými politickými, ekonomickými a obchodními analýzami, které D&B zpracovává pro 134 zemí světa, upozorňuje na rizika plynoucí z obchodního styku.

(Pokračování ze stránky 2)

rozlehle haly mělo lehece veletržní charakter s mnoha různými sekcemi zaměřenými na jednotlivé služby a produkty, jak naše vlastní, tak i přizvaných partnerů. Letos jsme vybrali několik klíčových témat, která jsme zákazníkům představili formou velkoformátových prezentací nebo simulací reálného provozu. Soustředili jsme se více na hlubší a podrobnější představení příslušné problematiky a vytvořili jsme prostor i atmosféru příznivou pro stovky přátelských rozhovorů,“ říká Jana Bobysudová, marketingová manažerka společnosti Toyota Material Handling CZ.

Na trhu je tmavý ležák Merlin

Rejstřík značek pivovarnické skupiny K Brewery obohatil prémiový tmavý ležák Merlin z protivínského pivovaru. Jiří Faměra, vrchní sládek K Brewery, dodává: „Při vývoji receptury piva Merlin jsme se nechali inspirovat pivem typu stout. Připravujeme ho podle speciální receptury za použití praženého ječmene. Proto jsme i název hledali na britských ostrovech, kde je tento druh piva tak populární.“ Jedná se o spodně kvašený silný tmavý ležák o stupňovitosti 12,8 % a obj. alkoholu 4,7 %, který je podle výrobce charakteristický černou barvou, bohatou pěnou a magickou kombinací chutí. Do piva nejsou přidávána žádná umělá sladidla ani karamel. Láhev Merlinu o objemu 0,33 l stojí zhruba 19 korun.



Fernet zraje v sudech

Stock Plzeň-Božkov na trh uvádí prémiový produkt Fernet Stock Exclusive, který zraje dva až tři roky v dubových sudech, v nichž dříve zrála whisky. Likérka nápoj vyvinula k příležitosti 90. výročí firmy. Vzhledem k jeho omezenému množství (200 tisíc litrů na rok) využije firma komunikaci v tisku, spoléhá také na word-of-mouth.

Část podpory likérka směřuje do gastronomie, kde se soustředí na úroveň servírování. V rámci on-trade podpory do prémiových restaurací dodá také brandované skleničky ve tvaru soudku, které mají spotřebiteli napovídat, jakým způsobem bitter dozrává.

K dostání bude Fernet Stock Exclusive (0,7 l, dárkové balení, doporučená MOC 299 Kč) ve vybraných obchodních řetězcích, včetně Makro C&C ČR.



E-shop pro malé a střední podnikatele

Společnost Office Depot spustila na adrese www.officedepot.cz nový e-shop pro živnostníky, malé a střední podnikatele. Podle zkušeností společnosti ze zahraničí a dostupných dat nakupuje tento segment více než 30 % kancelářských potřeb přes internet.

„Zájem o nákupy kancelářského zboží přes internet stoupá i v ČR. Důležité pro tento segment je, aby zákazníci měli snadný přístup k vybranému zboží a dokázali ho v on-line katalogu rychle najít. Klíčovým kritériem je také rychlost dodání zboží ode dne objednání,“ komentuje marketingový manažer Office Depot Marcel Schmidt. Na spuštění nového e-shopu má upozornit podzimní kampaň firmy. Při nákupu kancelářských potřeb na www.officedepot.cz zákazníci získávají originální pilníčky, které pak mohou proměnit za luxusní výlet lodí.

Oriflame zahájil prodej na Facebooku

Společnost Oriflame spustila novou aplikaci na Facebooku s názvem Oriflame Butik. Česká republika se tak stala vůbec první zemí, kde aplikace umožňuje všem kosmetickým poradcům založit si vlastní on-line obchod přímo na svém profilu na Facebooku. Díky této novince mohou poradci jednoduše nabídnout svým přátelům kosmetiku a podporující řadu Wellness by Oriflame a přizvat je do prodejního týmu co nejjednodušší cestou. „Jako společnost přímého prodeje již fungujeme jako sociální síť. Nyní vlastně jen rozšiřujeme naši nabídku v on-line světě; nabízíme našim poradcům nástroj, díky kterému mohou zasáhnout ještě více lidí,“ říká Jonas Sjöstedt, manažer sociálních médií, Oriflame.



Největší Tommy Hilfiger v Asii

Tommy Hilfiger Group, kterou 100% vlastní společnost Phillips-Van Heusen Corporation, oznámila otevření své největší vlajkové lodi obchodních domů v Japonsku a Asii, a to na tokijské adrese 4-30-3, Jingumae, Shibuya-ku. Plánované otevření v březnu 2012 má připojit tento obchodní dům na Omotesando v Harajuku k elitní skupině významných prodejců v jedné z nejznámějších nákupních čtvrtí Japonska a upevnit současnou pozici 108 obchodních domů Tommy Hilfiger v Japonsku. „Tento obchodní dům bude sloužit jako primární umístění pro vlajkovou loď naší značky v Japonsku a dále podpoří naše rozsáhlé maloobchodní podnikání v Asii,“ říká Fred Gehring, generální ředitel Tommy Hilfiger Group. Obchodní dům v Harajuku bude mít 1017 m², tři patra s vystaveným nejnovějším pánským a dámským sportovním oblečením, ochoz a kolekce Hilfiger Denim. Bude zahrnovat několik překvapivých prvků designu a vzdávat hold kořenům značky i místnímu dědictví. Bude obsahovat výběr nábytku a doplňků z Ameriky a Japonska.

Personálie

- Prezidentem McDonald's Europe byl představenstvem McDonald's Corporation zvolen Steve Easterbrook, dříve CEO McDonald's United Kingdom a prezident Europe's Northern Division, v současnosti executive vice president a global chief brand officer. S účinností od 1. prosince 2010 nahrazuje Denise Hennequina, který na svou funkci u McDonald's k 30. listopadu 2010 rezignuje, aby se stal CEO společnosti Accor Hotels Group.
- Tiskovým mluvčím společnosti Vinium Velké Pavlovice, člena finanční skupiny Prosperita holding, se stal Jiří Felix. V letech 2000 až 2005 pracoval jako tiskový mluvčí a byl zodpovědný za řízení projektů v oblasti korporátní a krizové komunikace v IPB Real. V roce 2005 posílil společnost Czech property Investment a v r. 2009 zamířil do Prosperita holding.
- Společnost Infor, poskytovatel podnikového softwaru středně velkým společnostem jmenovala Daana Snijderse viceprezidentem pro produktové řízení, jenž bude přímo zodpovědný Soma Somasundaramovi, senior viceprezidentovi pro globální produktový vývoj v Infor. Povede nově vytvořenou organizační strukturu v rámci globálního vývojového týmu firmy. Jeho hlavním úkolem bude poskytnout obchodním týmům nástroje k úspěšnému prosazení nově vyvíjených produktů.
- Bhaskar Katta byl v říjnu jmenován novým ředitelem Consumer Bank v ČR. Obsazením této pozice Citibank potvrzuje svůj záměr posílit své postavení v oblasti retailového bankovníctví v České republice. Bhaskar Katta pracuje pro Citi od roku 1993.

Elektronická příloha časopisu Regal. Vychází jednou týdně. Registrován pod ISSN 1801-4976. Kontakt: Regal, Economia, a.s., Dobrovského 25, 170 55 Praha 7; Petr Hříbal, odpovědný redaktor, tel.: 233 071 637, fax: 233 072 021, <http://www.eregal.cz>, petr.hribal@economia.cz; Magda Etlzerová, inzertní manažerka časopisu, tel.: 233 073 170, fax: 233 072 730, magda.etzlerova@economia.cz. © Všechna práva vyhrazena. Bez předchozího písemného souhlasu vydavatelství Economie, a.s., je zakázána jakákoliv další publikace, přetištění nebo distribuce (tištěnou i elektronickou formou) jakéhokoli materiálu nebo části materiálu zveřejněného v tomto PDF servisu. Společnost Economie, a.s., využívá agenturní zpravodajství ČTK, která si vyhradzuje veškerá práva. Publikování nebo šíření obsahu ze zdrojů ČTK je výslovně zakázáno bez předchozího písemného souhlasu ze strany ČTK.