

REGAL^{line}

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 42/10, 14. 12. 2010

Obchodní centrum Šestka mění svou tvář

Obchodní centrum Šestka v Praze 6 prochází remodelingem a mění svou tvář. V rámci oslav jeho čtvrtých narozenin byl otevřen nový dětský koutek Pohádka a chystají se další změny. Úpravy se týkají jak obchodní pasáže, tak i stravovací zóny, faceliftingem projdou i vstupy a vnější podoba centra. Cílem remodelingu obchodního centra Šestka je reagovat na požadavky cílové skupiny a zvýšit jeho atraktivitu pro návštěvníky i nájemce.

V rámci první fáze, která byla zahájena v říjnu letošního roku, byl například otevřen dětský koutek Pohádka o rozloze 100 m², který je nově umístěn vedle stravovací zóny a nabízí hravé a podnětné pohádkové prostředí pro nejmenší návštěvníky centra.

Do obchodního centra Šestka také přibýly nové obchody – Alpinestar a Cox s pánským a dámským oblečením pro volný čas a prodejna John Motors, která se specializuje na prodej a servis motorek a skútrů. Přestože je remodeling teprve na počátku, úspěšné změny již ocenili i návštěvníci obchodního centra Šestka. To zaznamenalo za posledních šest měsíců 13% nárůst návštěvnosti. „Na Šestce se nyní děje opravdu velká spousta akcí. Budujeme novou skupinu zákazníků, kteří vnímají Šestku jako zajímavou alternativu k ostatním obchodním centrům. Návštěvnost centra má velmi pozitivní trend, rychle se přehoupla přes čísla z minulých let. Centrum má za sebou velmi úspěšný začátek projektu remodelingu, který vyvrcholí na jaře příštího roku,“ uvádí Václav Jonáš, project manažer, Europolis Real Estate Management. Na další stavební změny OC Šestka dojde v lednu příštího roku. Všechny změny probíhají za plného provozu obchodního centra.



Boskovice mají hypermarket Tesco

Nejen pro čerstvé potraviny, ale i pro hračky, oděvy či domácí potřeby mohou obyvatelé Boskovic a okolí nově vyrazit do Teska. Hypermarket s prodejní plochou 3000 m² přivítal zákazníky 4. prosince. První příchozí se mohli těšit na malou ochutnávku, doprovodný program, soutěže a program pro děti. U příležitosti otevření nového hypermarketu věnovalo Tesco dar 30 tisíc Kč dětskému domu v Boskovicích.

„Obyvatelé Boskovic si mohou pod jednou střechou pořídit nejen čerstvé potraviny, ale i široký sortiment nepotravinového zboží. Na zákazníky hypermarketu čeká velký výběr hraček, drogerie, kosmetiky, elektroniky, domácích potřeb, knih, papírnictví, sportovních potřeb a v neposlední řadě oděvy oblíbených značek F&F a Cherokee,“ shrnuje ředitel hypermarketu Tomáš Křelina.

Interspar presents: Fashion For Kids – Celebration

Letošní již 6. ročník exkluzivní charitativní módní přehlídky Nadace Terezy Maxové dětem s názvem Interspar presents: Fashion For Kids – Celebration, se uskutečnil koncem listopadu v pražském Obecním domě. Tentokrát se přehlídka, jejíž výtěžek činil 6,291 mil. Kč, nesla v duchu oslav projektů a partnerů Nadace Terezy Maxové dětem.

Na nadační přehlídce byla poprvé v ČR představena kolekce známého italského návrháře Francesca Scognamiglia, který také navrhuje pro zpěvačky Lady Gaga a Madonnu. Přehlídkou oslavila Nadace Terezy Maxové dětem a společnost Spar ČOS druhé narozeniny charitativního projektu Teribear a uvedla novou designovou limitovanou kolekci Teribear, zima 2010. Veřejnost mohla letos poprvé show sledovat i v přímém přenosu na TN.cz.

XVII. ROČNÍK



RETAIL SUMMIT 2011

www.retail21.cz/summit



Regal 12/2010

vyšel 14. 12.



V čísle mj. najdete:

- Označení původu
- EuroShop 2011
- Čárové kódy
- Speciální potraviny

Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Henkel Art.Award. 2010

Již podeváté udělovala společnost Henkel Central Eastern Europe (CEE) cenu Henkel Art.Award. dotovanou částkou 7000 eur. Letošním vítězem se stal polský umělec Maksymilian Cieślak. Cenu pro mladého rakouského umělce získala Susanna Flocková a Cenou pro mladého umělce ze střední a východní Evropy byla oceněna Nina Kurtela z Chorvatska. Obě tyto ceny jsou dotovány částkou 2000 eur.

Slavnostní vyhlášení vítězů umělecké soutěže Henkel Art.Award. proběhlo 25. listopadu 2010 v přednáškové síni vídeňského Muzea moderního umění Nadace Ludwiga (MUMOK).

EK podporuje zákaz bisfenolu

Mluvčí EK Frédéric Vincent v rozhovoru pro internetový portál Chemical Watch potvrdil úmysl EK omezit užívání chemické látky bisfenol A, mj. v lahvích pro kojence. Tuto možnost již dříve připustil evropský komisař pro zdraví a bezpečnost spotřebitelů John Dalli. Bisfenol A (BPA) je chemická látka užívaná v tvrdých polykarbonátových plastech, zejména v plastových nádobách. Podle nedávného zjištění expertů WHO jsou hlavním zdrojem BPA v lidském organismu plastové obaly potravin a vnitřní potahy konzerv a nápojových plechovek. Méně významnými zdroji BPA mohou být také některé hračky z tvrdých plastů, termický papír a další. Na základě posledních zjištění o vlastnostech BPA již přistoupily k omezení jeho užívání Francie, Dánsko, Kanada a některé státy USA. Omezení se týká kojeneckých lahví a dalších produktů, hlavně produktů pro děti do tří let. Stanovisko k užívání BPA zaujal také Evropský úřad pro bezpečnost potravin (EFSA), který zpřísnění limitů BPA zatím nedoporučil.

1.- 2.2.2011 | TOP HOTEL PRAHA

JAK PŘEŽÍT?
Inovovat!

Mediální partner: **REGAL**

Mladí Češi holdují nákupům na internetu

Společnost MasterCard se rozhodla zmapovat přístup mladých lidí v ČR a v některých dalších evropských zemích k finančním produktům a jejich užívání. „Mladí lidé mají specifický přístup k platebním produktům a financím vůbec. Podle našeho průzkumu již 56 % mladých ve věku 12 až 15 let se v Česku rozhoduje o tom, co se svými penězi udělají,“ říká Pavel Javorský, obchodní ředitel MasterCard Europe pro ČR. Průzkum také ukázal, že pro 63 % mladých Čechů je možnost nakupovat na internetu zásadní. On-line nákupy jsou důležité i pro Italy (60 %). V Belgii velkou důležitost nakupování na internetu potvrdilo jen 37 % mladých. Mládež v ČR rovněž boduje ve frekvenci nakupování na internetu. Ve srovnání s Itálií a Belgičany 59 % Čechů odpovědělo kladně na otázku, jestli si v posledním měsíci koupili něco na internetu. V Itálii se pozitivně vyjádřilo 37 % mladistvých. V nákupech na internetu pokulhávají Belgičané (33 % souhlasných odpovědí).

Bílé Vánoce s Kofolou

Součástí letošní vánoční kampaně společnosti Kofola je i soutěž, při které lze získat jedno z 20 tisíc bílých Kofola prasátek. Stačí vystříhnout z 50 libovolných dvoulitrových lahví vánoční Kofoly obrázky prasátka, nalepit je na hrací kartu a poslat na uvedenou adresu. Odesílatelé prvních 20 tisíc správně vyplněných karet získají jako dárek velké bílé Kofola prasátko. „O Vánocích chceme být našim spotřebitelům ještě blíž. Rozhodli jsme se proto, že se z každého z nás stane na období Vánoc Vánoční posel a že všem výhercům doručíme naše plyšové prasátko osobně a popřejeme jim za nás všechny, kteří se podílejí na výrobě Kofoly, šťastné a veselé Vánoce,“ říká Vojtěch Kolmaš, manažer značky Kofola.



Ocenění pro C&W

Společnost Cushman & Wakefield (C&W) byla čtenáři časopisu Construction & Investment Journal (CiJ) zvolena nejlepším realitním agentem a nejlepším správcem nemovitostí v ČR. Ceny byly vyhlášeny 24. listopadu během každoročního udílení cen CiJ. Titul „Nejlepší realitní agent v České republice“ vyhrála C&W v posledních šesti letech pětkrát (cenu získala i v letech 2005, 2006, 2007 a 2009). Ocenění převzal Jonathan Hallett, partner a výkonný ředitel C&W v ČR a SR, který poděkoval celému týmu: „V Cushman & Wakefield máme skvělý tým. Toto ocenění patří všem, kteří se svou tvrdou prací a otevřeným přístupem podílejí na úspěších našich klientů. Také náš tým správy nemovitostí usiluje o poskytování vynikajících služeb a těší mě, že jejich úsilí bylo oceněno právě v dnešní době.“

Nová Colová příchuť jogurtu

Chocenská mlékárna, český dodavatel mléčných produktů s více než osmdesátiletou tradicí, uvádí na trh netradiční příchuť Cola u svého smetanového jogurtu. Rozhodla se tak na základě výsledků marketingového průzkumu výzkumné agentury Meritum Research. Kampaň zahájila 6. prosince a využije k tomu sociální síť, spotřebitelskou soutěž a public relations agentury Just PR. Smetanový jogurt Cola bude zalistován do velkoobchodních řetězců již během prosince 2010. Distribuce se týká České republiky i Slovenska. V obou zemích bude dostupný již před vánočními svátky. Více na www.chocenskamlekarna.cz.



Řada Božkov v novém kabátě

Nejúspěšnější řada lihovin v ČR se na předvánočním trhu objeví s novým designem. Řada dvanacti výrobků Božkov z produkce společnosti Stock Plzeň, mezi jejíž nejvýraznější zástupce patří Božkov Tuzemský (nejprodávanější lihovina v ČR), Božkov Vodka (česká vodka číslo jedna) nebo Božkov Peppermint (nejprodávanější likér v retailu i gastronomii), se vizuálně sjednotí a bude podstatně atraktivnější vypadat i v regálech obchodů. „Dosavadní podoba etiket řady Božkov působila roztržitě, protože jejich návrhy vznikaly v různých dobách. Přitom výrobky Božkov patří ve svých kategoriích k nejprodávanějším, jsou synonymem kvality a tradice. Toto prestižní postavení by měly nové etikety podtrhnout. Zároveň umožní zákazníkům lepší orientaci a jasnou identifikaci produktu, který právě hledají,“ říká marketingový ředitel firmy Tomáš Tarcala.



Wincanton v ProLogis Parku Błonie

ProLogis, mezinárodní poskytovatel distribučních nemovitostí, oznámil podepsání nájemní smlouvy na 5000 m² moderních skladových prostor v budově číslo 5 v ProLogis Parku Błonie se společností Wincanton, poskytovatelem řešení dodavatelských řetězců. Firma využívá více než 261 700 m² prostor ve 26 distribučních centrech ProLogisu po celé Evropě. „Soustředíme se na optimalizaci distribučních sítí a logistiky našich klientů na národní i mezinárodní úrovni,“ říká Paweł Michalak, logistics director společnosti Wincanton. „ProLogis Park Błonie jsme zvolili díky jeho lokalitě a vysoké kvalitě budov.“

Skleněné obaly budoují

Z nového evropského průzkumu vyplývá, že drtivá většina (88 %) evropských spotřebitelů dává přednost skleněným obalům před ostatními obalovými materiály, a to kvůli zdravému životnímu stylu. 84 % Evropanů by chtělo mít k dispozici určité produkty ve skleněných obalech a polovina Čechů je ochotna si za skleněný obal připlatit, což je více než evropský průměr. Průzkumu, který uskutečnila mezinárodní výzkumná společnost TNS, se zúčastnilo 9500 spotřebitelů v 19 evropských zemích. „Spotřebitelé dnes kladou větší důraz na zdraví než dříve – opravdu se zajímají o to, jaké látky se jim dostávají do těla, a také o to, jaký dopad mají obaly na životní prostředí,“ uvádí Niall Wall, předseda Federace evropských výrobců obalového skla FEVE.

Proti bělení džinsů

V září 2010 výrobci džinsů Levi-Strauss a Hennes & Mauritz (H&M) oznámili, že po této sezoně přestanou prodávat džinsy upravované pískováním. Nicméně mnoho firem před tímto problémem stále zavírá oči. Vyšoupané džinsy jsou již několik let žádaným módním artiklem. Pískování – metoda používaná k tomu, aby džinsy – je však extrémně nebezpečná pro zdraví dělníků. Proto se společnost pro Fair Trade, která v ČR realizuje kampaň za zlepšení pracovních podmínek při výrobě oděvů Ušili to na nás!, připojila k listopadovému manifestu, který požaduje zákaz pískování oděvů. Společně se dvěma dalšími mezinárodními nevládními organizacemi vyzývá oděvní firmy, aby zastavily prodej takto upravovaných džinsů. Apeluje také na vlády, aby zvažily zákaz dovozu těchto produktů.

Evropské ocenění pro Costa Coffee

Mezinárodní kavárenský řetězec Costa Coffee získal prestižní profesionální ocenění „Nejlepší kavárenský řetězec ve Velké Británii a Irsku“, udělené společností Allegra Strategie v rámci rozsáhlého hodnocení evropských kavárenských řetězců. V dosud nejrozsáhlejší

(Pokračování na stránce 3)

Mimořádně úspěšný rok Dachser CR

Mezinárodní logistický provider Dachser Czech Republic uzavírá letošní rok s rekordními výsledky. Počet odbavených zásilek se zvýšil téměř o 50 % a společnost očekává nárůst obrátu o více než 25 %. Firma reagovala na nárůst zakázek zavedením 15 nových přímých linek sběrné služby po Českou republiku a do zahraničí.

„Samozřejmě nás těší, že letošní rok uzavíráme s tak dobrými výsledky. Nebudeme z nich však profitovat jen my, ale díky posílení našich služeb a zvýšení jejich kvality je proměníme i v konkurenční výhodu našich zákazníků,“ říká obchodní a marketingový ředitel Jan Polter. V příštím roce chystá Dachser další změny. V Kladně bude zahájena stavba nových skladovacích prostor, rozšíří se také pobočky v Hradci Králové a v Brně. „V roce 2011 se chceme soustředit na další zvyšování kvality služeb a hustoty naší distribuční sítě,“ říká Jan Polter. „Chystáme zavedení nových sběrných linek, budeme navyšovat celozbovové přepravy a připravujeme i významný rozvoj kontraktní logistiky,“ komentuje plány.

Finlandia Vodka se zimní image kampaní

Finlandia Vodka spustila 1. prosince novou ATL kampaň, která zahrnuje sponzorské vzkazy na TV Prima, spoty na Prima Cool, CLV, bigboards, zastávky i ICE CLV. Kampaň zahrnující 334 CLV po celé republice (270 v Praze), 12 bigboardů, celopolepenou tramvajovou zastávku na I. P. Pavlova, sponzorské vzkazy na TV Prima u pořadu Show Jana Krause a spoty na Prima Cool podporuje image ledovcově čisté Finlandia Vodka. Od ostatních kampaní je odlišena mimo jiné i na míru vyrobenými zamraženými CLV, která jsou v Praze na Václavském náměstí. Pod grafikou kampaně je podepsána globální kreativa, kterou pro ČR adaptovalo Euro RSCG.



Boneco jako značka i společnost

Společnost Alima značková potravina, která vyrábí majonézy, hořčice a lahůdky, změnila k 11. říjnu 2010 svůj název na Boneco. Firma vlastní ochranné známky Majolka a Boneco, jméno společnosti tak sjednotila s názvem ochranné známky, informuje generální ředitel společnosti Zdeněk Štěpánek. „Z marketingového hlediska nám připadalo vhodné spojit název ochranné známky s názvem společnosti. Změnil se pouze název, nic dalšího se pro firmu nemění,“ říká.

Tržby Boneco činily v loňském roce 438 mil. Kč. Letos očekává, že vzroste asi o 4 % na zhruba 455 mil. Kč. Boneco je jedničkou na českém trhu mezi výrobci hořčic a dvojkou v majonézách. Vyrábí také saláty a další lahůdky. Šest produktů společnosti bylo oceněno národní značkou KLASA, pro vaječnou pomazánku letos firma získala značku Regionální potravina Středočeského kraje.

Prezentace španělských vín a potravin

Dne 25. listopadu se v pražské Obchodní kanceláři Velvyslanectví Španělska konala prezentace vín a potravin z oblasti La Mancha. Organizátory byly společnosti BMC Brno a BSC – Business Spain Center, které působí na českém a slovenském trhu jako dovozci potravin a vín exkluzivně ze Španělska. Od 10 do 15 hodin bylo možné přechutnat studenou i teplou kuchyni. Nabízely se různé druhy sýrů, olivy, jamon (španělská šunka), sladké sušenky, čokolády a turrón (typická španělská sladkost z mandlí, která se mlsá hlavně v období Vánoc). Z teplé kuchyně byly k ochutnání masové koule z mletého masa, směs vepřového masa v omáčce, dršťky a vepřové uši od firmy Polgri, která tyto typická jídla nabízí ve 3kg plechovkách, vhodných hlavně pro restaurace a hotely.

Přiletěli i zástupci španělských firem, kteří prezentovali sýry, med a luštěniny. „Při skleničce vína byl prostor pro diskusi s enologem ze sklepa Vinos Dehesa El Carrascal. Osobně byl přítomen i Vicente Juárez z Obchodní komory v Albacete, která celou akci zastřešovala,“ dodává Gabriela Sehnalová, ředitelka BSC – Business Spain Center.

GO! Express & Logistics partnerem Sky

GO! Express & Logistics od 1. prosince 2010 rozšířila své kompetence ve spojení se zámorím. Stalo se tak díky partnerství se světovou leteckou sítí Sky WorldWide Express. Získání licence pro ČR umožní zákazníkům GO! kvalitnější doručování jejich zásilek do USA, Jižní Ameriky, Asie či Afriky. Zatímco pro přepravu zásilek do střední a západní Evropy využívá GO! především centrálního překladiště u německého města Kassel, nyní bude moci pro mezinárodní transport využívat i regionální HUBy v Miami, Los Angeles, New Yorku, Londýně, Dubaji, Singaporu a Sydney.

(Pokračování ze stránky 2)

ším hodnocením tohoto druhu s názvem „Project Café 10 Europe“ byly posuzovány kavárenské řetězce ve 22 zemích Evropy zejména z hlediska jejich růstu a rozvoje. Hodnotiteli bylo 312 nejvýznamnějších osobností v kavárenském odvětví, včetně generálních ředitelů kavárenských řetězců a provozovatelů nejúspěšnějších kaváren. Do průzkumu byly také zahrnuty: Starbucks, McCafé, Caffè Nero, Segafredo Zanetti Espresso, Gregory – Coffeeright, Caffè Ritazza, Café & Té, Espressamente Illy, Waynes Coffee a Coffeeheaven.

Tři medaile z AWC Vienna

V jedné z nejprestižnějších mezinárodních degustačních soutěží AWC Vienna bodovalo Moravské vinařství Reisten, které se specializuje na produkci špičkových přívlaskových vín. Reisten přihlásil do Vídně šest vín, tři z nich získala stříbrnou medaili. Stříbrnou medaili získala z produkce Reisten vína Maidenbourg Sauvignon, ročník 2008, Riesling ročníku 2008 a Maidenbourg Klaret ročníku 2009. „Ocenění ve velmi silné mezinárodní konkurenci je pro nás velkým úspěchem. Je vidět, že moravská vína rozhodně mohou svojí osobitostí zaujmout i v zahraničí,“ uvádí enolog vinařství Reisten Ondřej Veselý. AWC Vienna je největší soutěží oficiálně uznávanou Evropskou unií. Jen v letošním roce se jí účastnilo 1733 výrobců ze 36 zemí světa, kteří se ucházeli o přízeň poroty s téměř 11 tisíci vín. V základním kole hodnotilo vína plně dva týdny na 300 degustátorů.

Personálie

- Na návrh ministra zemědělství Ivana Fuksy byl dne 7. 12. během jednání vlády odvolán Tomáš Révész z funkce ředitele SZIF. Podle www.agris.cz bude do výsledku regulérního výběrového řízení fond řídit ekonomický náměstek ministra zemědělství Oldřich Černoch. Důvodem odvolání bylo prosazování netransparentní a nevýhodné výměny informačního systému SZIF. Členové představenstva a dozorčí rady Agrární komory ČR podle svého vyjádření tuto změnu vítají.

- Na pozici regionální marketingové manažerky pro ČR a Slovensko Marks & Spencer nastoupila Ivana Kováčková. Do M&S přichází z vydavatelství Economia, kde působila jako vedoucí marketingové komunikace a předtím jako brand manažerka HN.

- Jan Kotrbáček se 1. 12. stal vedoucím týmu pronájmu maloobchodních nemovitostí v pražské kanceláři Cushman & Wakefield. Pozici přebírá po Martinu Žižalovi. Kotrbáček, který dosud vedl tým pronájmu maloobchodních jednotek v centrech měst, jenž je součástí maloobchodního týmu, bude zodpovědný za český a slovenský trh.