

REGAL^{line}

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 8/09, 2. 3. 2010

Slow Food 2010 s největší českou účastí

Česká republika bude mít na letošním již 4. ročníku veletrhu Slow Food v německém Stuttgartu prozatím nejrozsáhlejší expozici v historii. Stala se partnerskou zemí veletrhu a v její expozici bude prezentováno 13 regionálních českých a moravských výrobců produktů slow food a rovněž službami, které charakteru hnutí odpovídají. Letošní účast našich vystavovatelů podpořily Ministerstvo zemědělství ČR a agentura CzechTourism. O veletrh, který se koná 15. až 18. dubna, byl mezi vystavovateli velký zájem a zúčastní se jej více než 500 firem především z Německa, Itálie a dalších, hlavně evropských zemí. Loňská návštěvnost překonala během čtyřdenního konání akce 15 tisíc a v letošním roce organizátoři odhadují účast asi 25 tisíc návštěvníků, včetně odborné veřejnosti.

Trojici vystavovatelů z loňského roku, Croy Concept, Ceria a Danuška Štefanová – pekařství, rozšiřují letos společnosti Begokon CZ, Siska, Kozi farma Licibořice, Léčebné lázně Bohdaneč, První hořická, Pavel Janoš, Aquacompany Alemania, Kalma, Masoeko a některé menší pivovary. Česká expozice mimo jiné představí především pečárské a cukrárenské výrobky, kozi sýry a další kozi produkty, uzenářské výrobky, chlazené rostlinné potraviny, vína moravské provenience a česká piva. Novinkou bude i nabídka lázeňských služeb.

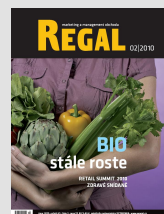
„Organizátoři nabídli našim firmám zajímavé podmínky pro účast v expozici a po loňské, velmi úspěšné premiéře udělili České republice statut partnerské země, což je nejen ocenění, ale i snahou a gestem, jak umožnit prezentaci výrobcům ze země, která v minulém roce svými výrobky širokou i odbornou veřejnost zaujala,“ říká Petr Mamula, předseda české pobočky mezinárodní sdružení Slow Food. „Účast na veletrhu tohoto druhu je pro naše výrobce cennou konfrontací s konkurencí a příležitostí si ověřit, jak mohou na stále rozšiřujícím se trhu slow food uspět,“ dodává. Více informací poskytne Lenka Výborná, Slow Food ČR (605 404 691, lenkas@gmx.net) nebo na www.slowfood.cz.

Dobré maso podle Penny

V polovině února zahájil Penny Market novou dvouměsíční kampaň, která myšlenkově navazuje na předešlou (o Integrované produkci zeleniny, IPZ), která ukazovala jeho české místní dodavatele zeleniny. Stejným způsobem je vytvořena kampaň na novou řadu masových výrobků Dobré maso, ukazující skutečně dodavatele maso přímo v jejich domácím prostředí. „V reklamě se lidé dozvědí konkrétní jméno dodavatele a jeho statku. Pro zákazníka je příjemné, když zjistí, že producent je třeba jeho soused,“ říká David Kolář, ředitel marketingu Penny. Novou řadu charakterizuje praktičtější obal využívající balení v ochranné atmosféře, barevné kódování obalů a tvrdší vanička. Díky etiketě, která pokrývá pouze část obalu, může kupující posoudit vzhled masa a tím do jisté míry i jeho čerstvost.



Regal 2/2010



vyšel 17. února

V ČÍSLE 2 NAJDETE:

- Bio potraviny
- Retail Summit 2010
- Zdravé snídane

Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Prodeje dosáhly 1,6 mld. eur

Maloobchodní prodejce New Yorker otevřel v loňském roce 105 nových obchodů, ale také vstoupil na trh ve dvou dalších zemích, v Itálii a v Portugalsku. V současnosti jedna z nejúspěšnější maloobchodních sítí s oblečením dosáhla ročního prodeje ve výši 1,6 mld. eur. Tento objem představuje meziroční nárůst o 14 %. Na konci roku reprezentovalo společnost 772 obchodů ve 27 zemích. I letos plánuje New Yorker udržet expanzivní trend. Nově se chystá vstoupit na trh například v Lucembursku a v Černé Hoře.

V zemích, kde je již zaveden, plánuje další růst. Otevření nových obchodů se chystá ve 120 až 140 lokalitách v Evropě i mimo ni.

Veletrh IVIF 2010

Veletrh Intervitis Interfructa 2010 se uskuteční 24. až 28. března poprvé na novém výstavišti u letiště německého Stuttgartu. Organizátoři, DWV a Messe Stuttgart, očekávají, že 60 tisíc m² výstavní plochy využije zhruba 600 vystavovatelů a 40 tisíc odborných návštěvníků z celého světa.

Mezi vystavující společnosti patří: Agco, Alcan, Amorim, Basf, Begerow, Bucher Vasin, Claas, Clemens, Dexheimer, Defranceschi, Della Toffola, Erbslöh, EuroCave, Filtrox, GEA, Westfalia, Grégoire, KHS, Krones, Max Holder, Nomacork, New Holland, Pall, Pellenc, Radix, Rieger, Robino&Galandrino, Sartorius, Scharfenberger, Speidel, TMCI Padovan, Tonnellerie Radoux, Velo, Viking, Voestalpine, ZG Raiffeisen, Zork a Zwiesel Kristallglas.

Mezinárodní zastoupení bude tvořit více než 30 % s vystavovateli z nejméně 28 států. Největší skupina je z Itálie, následuje Francie, Rakousko, Švýcarsko a Slovinsko, letošními nováčky budou zástupci České republiky, Indie, Jižní Afriky a Srbska.

13. ročník specializované konference

Retail in DETAIL
EFFICIENT PROMOTIONS

31.3.2010 - Kongresové centrum U HÁJKŮ, Praha

Témata konference:

- vývoj promoci v době krize
- pozitivní a negativní dopady promoci na zisk, obrát a loajalitu zákazníků
- promoce efektivně: jak na to?

Mediální partner:

REGAL

www.retail21.cz/retailindetail

Komfort expanduje na českém trhu

Řetězec Komfort, který ve střední Evropě provozuje více než 140 obchodů prodávajících podlahové desky, dřevěné podlahy, podlahové krytiny, PVC dlaždice a koberce, otevřel 6. února svůj první obchod v Praze. Stal se čtvrtou prodejnou u nás, letos se chystá otevření dalších pěti.

„Od začátku svého působení v regionu střední a východní Evropy dynamicky rozšiřujeme svou síť obchodů. V roce 2010 je plánováno otevření 37 poboček. Jsme velmi spokojeni s úspěšným fungováním našich prvních obchodů v Olomouci a v Plzni, pro tento rok připravujeme otevření dalších pěti poboček v České republice a dvou na Slovensku,“ uvádí Agnieszka Kowalska, partner private equity společnosti Enterprise Investors, která vlastní Sklepy Komfort's (Komfort Shops) od roku 2007.

Nový steak z tuňáka v rajčatové omáčce

Rio Mare, značka rybích delikates, uvádí na český trh novinku – steak z tuňáka v rajčatové omáčce Rio Mare Rosso. „Rio Mare Rosso je reakcí naší značky na skutečnost, že konzervované ryby s rajčaty jsou u českých spotřebitelů velmi oblíbené. Tuňák zalitý lehce pikantní rajčatovou omáčkou je spojením tradiční receptury s vysokou kvalitou tuňákového masa i všech použitých ingrediencí,“ říká Michaela Rudyková, brand manažerka značky Rio Mare. „Pojali jsme tuto populární recepturu tak, aby se tuňák Rio Mare Rosso stal nejen lehkým a vyváženým jídlem pro celou rodinu, ale i potěšením pro chuťové pohárky,“ dodává.



Sportovní vybavení na splátky

Home Credit začal nabízet spotřebitelské úvěry v prodejnách se sportovními potřebami Sportisimo. Zákazníci si zde mohou koupit na splátky jak sportovní oblečení, tak vybavení na různé druhy sportů. Úvěry od Home Creditu garantují nulové poplatky za vyřízení a předčasné splacení, zákazník je může doplnit i pojištěním. „Finanční služby, které mohou lidé ve Sportisimu využít, jsou jednoduché na vyřízení, a nákup tak o moc neprodlouží. Zajímavou výhodou při koupi více různých druhů zboží je možnost sloučení do jednoho nákupu, respektive na jednu úvěrovou smlouvu,“ říká Zbyněk Rychtář, ředitel obchodní sítě společnosti Home Credit.

HSBC hledá podnikatelské talenty

HSBC hledá největší podnikatelské talenty z České republiky v rámci akce European Business Awards 2010, jejímž je partnerem, a v současné době přijímá přihlášky od uchazečů z celé EU. Ocenění se udílí již čtvrtým rokem a v celé Evropské unii je uznáváno jako punc novátorství, úspěchu a udržitelného rozvoje.

Podnikům všech velikostí a všech oborů působících v ČR totiž poskytuje možnost reprezentovat svoji zemi v celoevropském měřítku v celkem osmi soutěžních kategoriích. Vítězové převezmou ceny za přítomnosti více než 400 nejvýznamnějších evropských politiků, manažerů, podnikatelů, komentátorů a zástupců médií během slavnostního večera, který se uskuteční v listopadu na prestižním místě v Evropě. Přihlášky: +44 (0)20 7234 3535 a info@businessawardseurope.com.

Rock s Miele

Letošní kampaň Miele je zaměřena především na kvalitu a dokonalou péči o prádlo. Odstartovala 22. února 30vteřinovým televizním spotem, který je od 1. března doprovázen o 10vteřinový spot prezentující aktuální „zážitkovou“ kampaň Rock s Miele. „V našem novém spotu jsme se snažili formou nadsázky narušit genderové stereotypy a inspirovat zákazníky, aby si často nepříjemné domácí práce díky Miele zprjemnili,“ říká Tomáš Abraham, ředitel společnosti Miele ČR. Dne 1. března byla zahájena i soutěž pro zákazníky Miele. „Život s Miele je nejen plný spokojenosti, kvality a maximální péče, ale nesměji v něm chybět ani výjimečné zážitky. Každý zákazník, který si v době od 1. března 2010 po dobu konání soutěže zakoupí pračku zn. Miele, vyplní registrační formulář a odpoví správně na soutěžní otázku, má možnost vyhrát vstupenky na jeden z koncertů hvězd,“ doplňuje Kateřina Menšíková, ředitelka marketingu Miele ČR.

Všechny potřebné informace i registrační formulář nalezou zájemci na www.rocksmiele.cz. Kampaň je podpořena také dalšími ATL a BTL aktivitami (inzerce v tištěných médiích, billboardy, CLV, POS materiály apod.).



Henkel očekává růst

Společnost Henkel předpokládá, že letošní účetní rok přinese výrazné zlepšení jejich hospodářských výsledků. Přestože celkové zotavení ekonomiky a finančních trhů je stále nejisté, očekává, že růst jejího organického obrátu překoná růst trhů, na nichž působí.

„Pro Henkel – a pro světovou ekonomiku – se rok 2009 zapíše jako velmi náročný rok. Přesto se nám ale podařilo urazit velký kus cesty za splněním našich finančních cílů pro rok 2012, jak potvrzují naše mimořádné výsledky za čtvrté čtvrtletí uplynulého roku,“ uvádí Kasper Rorsted, předseda představenstva společnosti Henkel. „Naše divize prací a čistících prostředků a kosmetiky zaznamenaly další růst svých pozic na trhu a dále zvýšily svou ziskovost. V průběhu roku se naše divize lepidel a technologií konečně vymanila z dopadů ekonomické krize,“ dodává.

Visa zahajuje první FIFA kampaň

Asociace Visa Europe v rámci svého partnerství s FIFA zahájila svou historicky první marketingovou kampaň související s blížícím se FIFA World Cup 2010. Ta se soustředí na podporu značky Visa a uživatelé platebních karet Visa v rámci ní mohou soutěžit také o zajímavé ceny. Mimo jiné vyhrají cestu na finálové utkání Mistrovství světa ve fotbale 2010 v Jihoafrické republice.

Hlavní částí kampaně je reklamní spot, který zobrazuje cestu fotbalového fanouška od pasivního sledování fotbalového zápasu v obyvacím pokoji až po jeho aktivní účast přímo na stadionu v Jihoafrické republice. To vše za pomoci karty Visa.

Samotná soutěž byla oficiálně zahájena v pondělí 1. března 2010 a bude probíhat osm týdnů. Více najdete na www.visaeurope.com a www.visa.cz.

Chystá se značení „žravých“ televizí

Patrně už od příštího roku čeká podle HN prodej televizí malá revoluce. Evropská unie finišuje s přípravou legislativy, podle níž budou televize viditelně označeny štítkem popisujícím úroveň spotřeby energie v kategorii od A do G, podobně jako to již známe v případě ledniček, praček nebo žárovek. Opatření se týká všech typů televizorů, tedy nejen plazmy, ale i LCD a klasických a dnes už prakticky mizejících vakuových CRT. Je však zřejmé, že splnit kritéria pro zařazení do nejlepší kategorie A bude největším problémem pro některé energeticky náročnější plazmy. I když nejde o jejich vyložený zákaz, jak uváděla nedávno některá média.

Wal-Mart zvýšil zisk o 22 procent

Maloobchodní společnosti Wal-Mart Stores stoupl ve fiskálním čtvrtém čtvrtletí čistý zisk o 22 % na 4,63 mld. dolarů. Největší maloobchodní skupině světa pomohly nižší náklady a

(Pokračování na stránce 3)

První automat na mléko v Praze

Praha má první automat na prodej mléka. V nákupním centru Park Hostivař jej podle ČTK 23. února otevřela společnost Agro Jesenice u Prahy. Litř čerstvého nepasterizovaného plnotučného mléka z něj stojí 20 Kč, za dalších 5 Kč si může zákazník z dalšího automatu koupit na mléko umělohmotnou láhev. Nápis na automatu upozorňuje, že tepelně neupravené mléko je před konzumací potřeba převařit. Na tento fakt 22. února v souvislosti s růstem počtu automatů v zemi upozornil hlavní hygienik Michael Vít. V Jihočeském kraji se totiž v uplynulých dnech objevil zvýšený výskyt průjemových onemocnění, která mohlo způsobit právě tepelně neupravené mléko z automatu. Jak uvedla Agrární komora, podobných přístrojů je v zemi více než šest desítek a zprovoznění dalších přístrojů zemědělci připravují.

Literatura v OC DBK Budějovická

Břežnový festival knihy o umění – Literatura 2010 proběhne od 1. do 25. března v prostorách obchodního centra DBK Budějovická v Praze 4. Po celou dobu bude na ploše v 1. patře otevřeno knihkupectví, které bude nabízet vybrané knihy o architektuře, fotografii a designu za speciální zvýhodněné ceny. Knihy dodají nakladatelství Gallery, Paseka, Kant, Torst, Studio Trnka a Arbor Vitae a o provoz knihkupectví se postará Knihkupectví Týnská a Zdeněk Cibulka. Na každý týden bude připraven zajímavý doprovodný program nazvaný „Setkání s osobnostmi“, který bude probíhat vždy od 17 hodin v prostorách kavárny Café Circo v 1. patře OC DBK Budějovická.

Sample store Adidas s většími slevami

Po dobu deseti březnových dní (3. až 7. března a 10. až 14. března) budou moci zákazníci prvního pražského outletového centra Fashion Arena ve Štěrbolích vyzkoušet zajímavou formu doprodeje, tzv. Sample store. Značka Adidas zde připravila výrazné slevy až kolem 70 % na vybrané zboží z celoročních kolekcí. Celkově jsou outletové ceny Fashion Areny nižší o minimálně 30 %, zboží prodávané v Sample store nabídně slevy ještě výraznější. „Pro nás se zatím jedná o pilotní projekt, nicméně zkušenosti jiných značek s tímto způsobem doprodeje jsou výborné, tak věříme, že i o naše zboží bude v Sample store zájem,“ komentuje Roman Pojls, manažer prodejny Adidas.



O Českou biopotravinu roku soutěžilo 39 výrobků

Do soutěže v oboru biopotravin, Česká biopotravina roku 2009, jež byla vloni vyhlášena již po osmé, nominovalo 18 výrobců biopotravin celkem 39 výrobků v 6 kategoriích. V únoru odborná porota vybrala vítěze, kteří budou 8. dubna slavnostně vyhlášeni na konferenci Bio Summit v Praze. „Soutěž má za cíl podporovat vynikající kvalitu v celém dodavatelském řetězci oboru biopotravin a zviditelnit nejkvalitnější biopotraviny vyráběné v České republice. Každoročně ji vyhlašuje Potravinářská komora České republiky společně s PRO-BIO Svazem ekologických zemědělců,“ dodává organizátor soutěže Tom Václavík, Green marketing.

Značka Valfruta na webu

Společnost Bolton Czechia, výhradní dovozce rajčatových produktů Valfrutta, spustila novou webovou prezentaci této značky. Internetové stránky nabízejí kompletní přehled o sortimentu rajčatových výrobků, jejich kvalitě, možnostech kulinářského využití a také o historii značky Valfrutta. „Vycházeli jsme ze základní potřeby posílení všeobecného povědomí o značce Valfrutta v Česku, která zaujímá vedoucí pozici v kategorii konzervovaných rajčat na trhu. Také chceme spotřebitelům nabídnout zajímavé informace o kvalitě a praktickém použití našich rajčatových výrobků, jelikož většina Čechů stále používá běžný rajský protlak, aniž by tušila, že lze jídla připravovat kvalitněji a chutněji. Stačí jen vybrat si pro pokrm ta správná rajčata a úspěch je zaručen,“ popisuje projekt nového webu Michaela Rudyková, brand manažerka potravin společnosti Bolton Czechia.

Další Výherní kolo v AFI Paláci

AFI Palác Pardubice připravil pro své zákazníky další pokračování oblíbeného Výherního kola. Tentokrát je ve hře souprava diamantových šperků z klenotnictví Présence v hodnotě 7000 Kč. Akce trvá od 1. do 31. března 2010. Princip hry je jednoduchý: za každou utracenou tisícikorunu si nakupující mohou na Výherním kole vytočit výhru. Ten, kdo si kolem zatočí nejvícekrát, získá soupravu diamantových šperků Présence.

(Pokračování ze stránky 2)

redukce zásob. Celkové tržby společnosti za tři měsíce do konce ledna stouply o 4,4 % na 113,6 mld. dolarů. Tržby v amerických obchodech otevřených nejméně rok, což je důležité měřítko zdraví maloobchodních firem, však klesly o 1,6 %, uvádí HN.

PPF přebírá celý řetězec Eldorado

Česká skupina PPF nejbohatšího Čecha Petra Kellnera prý přebírá celý řetězec Eldorado, který je největším prodejcem elektroniky a domácích spotřebičů pro domácnosti v Rusku a v němž má PPF již kontrolní podíl. Podle ČTK to oznámil hospodářský list Vedomosti. „Spekulace tohoto druhu zásadně nekomentujeme,“ říká mluvčí PPF Alexej Bechtin.

„Eldorado dostali Češi,“ napsal deník, podle nějž zakladatel a prezident sítě Igor Jakovlev končí s podnikáním v oboru a hodlá se stát spoluhlajtem ruských hypermarketů s nábytkem Kika.

PPF koncem loňského září dokončila s Jakovlevem transakci s převzetím kontrolního podílu v Eldoradu. Přeměnou dříve poskytnutého úvěru 300 mil. dolarů (tehdy asi 5,2 mld. Kč) na kapitál získala PPF v Eldoradu 50 % plus jednu akcii. Zajistila také dalších 500 mil. dolarů pro rozvoj podniku.

Personálie

- Společnost WBI Systems, která vstoupila na český trh a pokračuje v náborech zdejších IT odborníků, získala do svého týmu dalšího uznávaného vrcholového manažera. Obchodním a marketingovým ředitelem se stal Tomáš Sýkora. Dosud působil jako nezávislý konzultant a podnikal i v jiných oblastech než IT.
- Společnost Yoplait Czech posiluje svůj marketingový tým. Na pozici senior product manažerky nastoupila Petra Dlouhá, která dosud pracovala jako group brand manažerka společnosti Sara Lee ČR. Značky Ambi Pur, Kiwi a Catch v Sara Lee zatím přebírá Romana Vachalová.
- České zastoupení výrobce hygienických a dezinfekčních přípravků pro zdravotnický personál Bode Chemie získalo druhého jednatele. V této funkci bude dosavadní jednatelce Janě Zikmundové sekundovat Tomáš Groh, který zároveň působí jako obchodní ředitel ve společnosti Hartmann-Rico. Mezinárodní skupina Hartmann vlastní společnost Bode Chemie od začátku roku 2009, kdy ji převzala od společnosti Beiersdorf AG.
- Na novou pozici managing director divize Natland Consulting Group nastoupil Josef Jaroš. Bude zodpovědný za služby poradenské skupiny Apogeo (daňové a účetní služby, audit a znalecký ústav) a za společnost Smart Office & Companies, působící v oblasti zakládání a prodeje společností a poskytovatele služeb virtuálních kanceláří.