

line REGAL

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 15/11, 19. 4. 2011

Carrier chladicí technika CZ slaví 20. výročí

Společnost Carrier chladicí technika CZ si 15. března letošního roku připomněla 20. výročí založení společnosti a zapsání do obchodního rejstříku. Tehdy ještě pod názvem Linde K.T. ČSFR začala od počátku své existence nabízet investorům v oblasti „Food retailu“ své produkty a služby na vysoké úrovni.

Po celou dobu své existence je společnost, dnes již pod názvem Carrier chladicí technika CZ, lídrem na trhu komerčního chlazení. Zákazníkům nabízí komplexní řešení technologických celků v oblasti komerčního chlazení. Dodávka sofistikovaných chladicích systémů, energeticky úsporných a k životnímu prostředí šetrných, je doprovázena souborem servisních služeb na nejvyšší úrovni. U příležitosti 20. výročí založení společnosti byl uspořádán 7. dubna 2011 slavnostní večer za účasti zaměstnanců, významných zákazníků, dlouholetých partnerů a přátel společnosti.

Na slavnostním večeru, který se konal v reprezentativních prostorách Smíchovského pivovaru, byl také předán dárcovský šek, adresovaný ČVUT v Praze, Fakultě strojní, na podporu výuky a výzkumu v oblasti efektivit chladicích systémů. Šek v hodnotě 50 tisíc Kč osobně převzal Michal Kolovratník, vedoucí katedry (Ústavu 12107). Předáním dárcovského šeku chtěla společnost Carrier chladicí technika CZ demonstrovat svoji společenskou odpovědnost za další rozvoj v oblasti výzkumu a vývoje udržitelných technologií budoucnosti.



Brioche Dorée nabízí obchodníkům franšízy

Skupina Le Duff, kterou v roce 1976 založil Louis Le Duff, vlastní několik prémiových značek včetně restaurací a pekáren Brioche Dorée, Del Arte, Fournil de Pierre, La Madeleine a od března 2011 také Bruegger's. Ze začátku byl rozvoj skupiny zaměřen na vytváření vlastních nových poboček. Potom Louis Le Duff zahájil tvorbu své sítě franšíz, kterou také schopným obchodníkům v současné době po celé Evropě nabízí.

Brioche Dorée je rychlé občerstvení pro ty, kteří si rádi připomenou Francii. Najdou zde snídani, oběd i večeři. U nás lze tuto restauraci navštívit na Hlavním nádraží v Praze. Dnes tvoří 60 % restaurací skupiny pobočky a 40 % představují franšízy a joint ventures. Skupina se nadále rozvíjí při zachování této rovnováhy. Nyní možnost založit franšízu značky Brioche Dorée nabízí skupina Le Duff také u nás. Pro informaci: při prodání očekávaného počtu licencí (až 30) by mohlo vzniknout deset pracovních míst na jednu pobočku a vstupní poplatek je 30 tisíc eur.

Český pivní festival Praha 2011

Největší tuzemská přehlídka českého piva a české gastronomie vstupuje do svého 4. ročníku. Český pivní festival Praha 2011 proběhne 12. až 28. května 2011 v pražských Letňanech.

Během minulých tří ročníků se podle jeho ředitele Jana Hübnera festival vyprofiloval v jednu z největších turistických událostí v ČR: „Na webových stránkách festivalu je k dnešnímu dni zaregistrováno přes 100 cestovních kanceláří z celého světa, které letos přivezou desítky tisíc návštěvníků. Očekáváme, že letošní čtvrtý ročník navštíví 180 až 200 tisíc lidí, polovina bude tvořena zahraničními turisty. Akce si získala obrovskou popularitu v podstatě na celém světě. Již dnes, měsíc před zahájením, jsou rezervovány stovky míst denně pro zahraniční návštěvníky.“

V nabídce letos bude 120 značek piva (např. pivovary Regent, Třeboň, Bakalář, Rakovník, Nymburk, Žatec, Ferdinand a Bernard nebo minipivovary Žamberk, Beroun, Dobruška, Zvíkov, Purkmistr, Permon a Kocour). Letos poprvé budou děvčata v tradičních krojích servírovat návštěvníkům pivo v litrových džbánech, tzv. tuplácích.



Regal 4/2011

vyjde 26. 4.



V čísle mj. najdete:

- Tradiční trh
- Zařízení pro řeznictví
- Letní sezona v obchodě

Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Thaifex – World of Food Asia 2011

Mezinárodní veletrh potravin a nápojů, cateringu, technologií zpracování potravin, pohostinských služeb, retailu a franšízy se letos uskuteční v bangkokském Impact Exhibition Center 25. až 29. 5. 2011. Pro profesionální návštěvníky (očekává se jich přes 22 tisíc) i širokou veřejnost je Thaifex – World of Food Asia významnou příležitostí k detailnímu seznámení s potravinářským a nápojářským průmyslem jihovýchodní Asie. Více než tisíc vystavovatelů z 32 států zde bude prezentovat širokou nabídku produktů, inovací, přímých kontaktů a obchodních příležitostí.

Doprovodný program zahrnuje také odborné semináře a další příležitosti k získání potřebných informací a navázání kontaktů. Více na www.worldoffoodasia.com.

Hospodářský výsledek a nejuspěšnější sortiment

Britský řetězec Marks & Spencer uveřejnil výsledky obchodní činnosti za 4. čtvrtletí (za 13. týdnů do 2. 4. 2011). I nadále se M&S daří a v náročném prostředí rozšiřuje tržní podíl. Tržby u nepotravinářského zboží se zvýšily o 30 bazických bodů na 11,6 %. Tržby u potravin zaznamenaly další čtvrtletí trvalého nárůstu, kdy podíl na trhu vzrostl o 10 bazických bodů na 3,8%.

Mimořádně dobře si vedlo pánské oblečení a dámské spodní prádlo, úspěšný byl i začátek jarní kampaně dámské kolekce inspirovaný nejnovějšími módními trendy. Za uvedené čtvrtletí bylo uvedeno na trh přes 320 nových produktů, čímž byl navýšen celkový počet nových druhů zboží uvedených za loňský rok na 1900, což znamená více než 25 % portfolia. Zaznamenáno bylo výrazné zlepšení prodeje zdravých potravin. Značky Count on Us a Simply Fuller Longer byly v lednu nejlepšími značkami zdravých potravin ve Velké Británii. Díky akcím, jako např. Dine In (Najezte se doma) na Den matek a na Valentýna měli zákazníci možnost nakoupit si potraviny za výhodnější ceny. Mezinárodní tržby vzrostly o 12,6 % ve většině trhů. S výročním spuštěním služby Shop Your Way (nákup přes internet s možností bezplatného vyzvednutí na prodejně) vzrostl prodej po internetu M&S Direct za dané čtvrtletí o 13,7 %.

Nová kampaň značky KLASA

Na začátku dubna odstartovala nová komunikační kampaň značky KLASA, která se zaměřuje nejen na kvalitu výrobků, ale také na emocionální sdělení spotřebitelům „naše = české“. Kampaň propojuje nový slogan „Naše kvalita zaručena“. Je součástí vizuálů i všech aktivit, které během roku proběhnou v nad- i podlince. „Letos zaměříme marketingovou podporu značky KLASA především na ty aktivity, které mají přímý vliv na podporu prodeje. Kreativní oživení kampaně přináší nový slogan „Naše kvalita zaručena“, který klade důraz na spotřebitelské preference naše = české. Společný slogan graficky oživí motiv českého vesnického kostelíku,“ říká Dagmar Drábiková, brand manažerka značky KLASA. Proběhnou i ochutnávky, a to od května do července (např. v Coop, Kauflandu nebo Globusu) a oblíbené spotřebitelské soutěže. Více na www.eklasa.cz.

Nejoblíbenější vodka je Nicolaus

Česko-slovenské maloobchodní trhy s alkoholem si jsou velice podobné. V obou zemích je podobná výše spotřební daně na alkoholické nápoje, obě země zdaňují lihoviny a pivo, ale víno ne. A v ČR a SR přibližně před rokem spotřební daň vzrostla. Podle aktuálního průzkumu MEMRB se z lihovin v součtu v obou zemích vypije nejvíce čisté vodky. První příčku poprvé obsadila Nicolaus vodka. „Za fiskální rok od dubna 2010 do března 2011 jsme jen v ČR prodali 343 tisíc litrů vodky. I díky rostoucímu prodeji Nicolaus vodky v ČR se naše vodka stala nejprodávanejším česko-slovenskou vodkou na maloobchodním trhu,“ uvádí Jiří Štesl, obchodní a výkonný ředitel St. Nicolaus Trade CZ. Známa borovička je na Slovensku až na třetím místě. „Nejvíce Slováci konzumují ovocné destiláty, které tvoří 25 % trhu, následuje vodka, s podílem 23 %,“ popisuje situaci v Slovensku Václav Gargulák, generální ředitel St. Nicolaus Trade. Vodka v obou zemích zaujímá téměř čtvrtinový podíl na trhu s lihovinami.



ETA získala ocenění a otevřela prodejnu

Společnost ETA, tradiční česká značka domácích spotřebičů, zvítězila v průzkumu „Dobrá značka“, který každoročně pořádá společnost Reader's Digest Výběr celkem v 16 zemích světa. ETA si už od roku 2003 udržuje své prvenství v kategorii malých kuchyňských spotřebičů. Zároveň začátkem března otevřela historicky první prodejnu v Obchodním centru ve Zlíně. Prodejna o rozloze 80 m² vychází z nového korporátního designu, který je postupně zaváděn do všech komunikačních oblastí. Vzdušný prostor ve světlých odstínech je harmonicky rozdělen podle čtyř produktových řad – Kuchyně, Domov, Beauty a Péče o tělo.

Staropramen jde do segmentu PET lahví

Značka Staropramen vstoupila na trh s novým litrovým PET balením svého nejprodávanejšího piva Staropramen Světly. Potvrzuje se tak rostoucí význam tohoto segmentu pro spotřebitele, do něhož vstupuje nově vlnková loď společnosti Pivovary Staropramen. A je to poprvé, kdy se na českém trhu objevuje PET balení o objemu jeden litr. Značka tak doplňuje portfolio svých obalů v reakci na měnící se životní styl lidí, kteří stále více preferují PET balení nabízející vyšší komfort při nakupování, převážení a skladování piva. „Naše průzkumy a také vývoj na trhu jasně ukazují, že obliba PET lahví v kategorii piva výrazně narůstá. Změnilo se také kvalitativní vnímání tohoto typu obalu. Spotřebitelé jednoznačně pozitivně hodnotí především praktičnost, jakou PET obaly nabízejí – jsou lehké, nerozbitné a uzavíratelné. Proto také spotřeba piv v tomto typu obalu v posledních letech tak výrazně roste,“ říká Eva Zlámalová, manažerka značky Staropramen.



Vylíhlo se kiwi balení značek Pattex a Ceresit

Dne 14. 4. se „vylíhlo“ dva nové produkty – montážní lepidlo Pattex Power Fix a Ceresit Sanitární silikon. Oba se představily v novém kutilském balení „kiwi“, jemuž dal jméno novozélandský pták kiwi a které umožňuje bez použití aplikační pistole dávkovat lepidlo a tmel plynule, rychle a bez námahy. Navíc pomocí speciálního otočného aplikátoru dokáže nasměrovat tok lepidla či tmele na správné místo. Pro všechny, kteří mají zajímavé nápady, připravil letos Pattex speciální soutěž s hlavní výhrou 100 tisíc Kč. Stačí slepit něco originálního pomocí lepidla Pattex, vyfotografovat a fotografii s popisem umístit do 30. června 2011 na www.pattexpower.cz. O vítězi soutěže rozhodne hlasování návštěvníků.

Předregistrace mýtného v Polsku

Výběr mýtného v Polsku začne 1. 7. letošního roku. Společnost DKV Euro Service, jako poskytovatel zúčtování elektronického mýtného v Polsku, vyzývá dopravce a řidiče vozidel nad 3,5 tuny cestující do Polska, aby si včas zajistili palubní jednotku viaBOX a zabránili tak nepříjemnostem, které by je mohly od začátku července čekat na polských silnicích.

Oficiální registrace bude zahájena 2. 5., předregistrace je však možná již nyní. DKV nabízí možnost předregistrace na webově adrese www.dkv-cesmad.cz.

Nejlepší irská blended whiskey

Legendární irská whiskey Tullamore Dew, která je v Česku nejprodávanejší značkou ve své kategorii (distributorem pro ČR a SR je Stock Plzeň), znovu potvrdila svoji kvalitu. Tullamore Dew 12 Year Old byla v soutěži World Whiskies Awards pořádané prestižním časopisem Whisky Magazine vyhlášena nejlepší irskou blended whiskey na světě.

Tullamore Dew bojovala o přízeň odborníků v konkurenci nejrespektovanějších whisky. Degustátoři Whisky Magazine ve třech kolech slepých testů chutnali více než 300 špičkových značek whisky/whiskey z celého světa. V paralelně probíhající soutěži Icons of Whisky byl navíc vlastník značky Tullamore Dew, společnost William Grant & Sons, poctěn titulem „Whisky Distiller of the Year“.

Z Hongkongu do Evropy s Next Day

UPS oznámila zahájení přímých letů z Hongkongu do Evropy, díky kterým společnost nabídne nejširší pokrytí službou Next Day (s doručením do druhého dne) pro malé i těžké nákladní zásilky mířící do Evropy právě z Hongkongu. Čtyři dodatečné přímé lety tak zvýší celkový počet letů UPS z Hongkongu do Evropy na 11 týdně. Díky tomuto navýšení budou mít firmy v asijsko-pacifickém regionu snadnější přístup do Evropy a také více možností realizovat své podnikatelské aktivity. Zároveň pak evropští podnikatelé budou moci snadněji získávat komponenty či výrobky z Asie. Rozšíření služeb nabídne lepší pokrytí Evropy. Malé zásilky včetně listovních nepodléhající clu budou doručitelné ve 34 zemích a zásilky určené k proclení budou doručitelné v 18 zemích. Prostřednictvím služby UPS Express Freight budou zásilky doručitelné během jediného dne v 18 zemích a 39 městech v Evropě zahrnujících Paříž, Miláno, Prahu, Frankfurt, Madrid, Barcelonu a Kodaň.

Zdražení ochranných obalů v Evropě

Společnost Pregis Protective Packaging Europe oznámila zvýšení cen u všech svých výrobků a zařízení o 8 %, s účinností od 1. 5. 2011. Nárůst cen se týká zákazníků společnosti Pregis ve všech evropských zemích. Kevin Baudhuin, globální prezident firmy v rámci

(Pokračování na stránce 3)

Soutěž České pivo 2011 se změnami

Letošní desátý ročník soutěže České pivo přináší mnoho změn. Jediná odborná degustační soutěž pív, kterou vyhlašuje ČSPS, se totiž poprvé otevírá i pivovarům, které nejsou jeho členy. Novinkou je, že se – také poprvé – vyhlašuje v šesti kategoriích: světlá výčepní piva, světlé ležáky, 11% ležáky, tmavá výčepní piva, tmavé ležáky a nealkoholická piva. Soutěž je vypsána pro lahvová piva uváděná na trh nepřetřítě nejméně posledních šest měsíců a vyráběná kterýmkoli z pivovarů v ČR, jejichž celoroční výstav piva dodávaného do tuzemské distribuční sítě byl v posledním roce vyšší než 5000 hl. To je další změna oproti předcházejícím ročníkům, kdy byl hranicí roční výstav přesahující 10 tisíc hl. Soutěž se tak nově otevírá i menším nebo malým pivovarům. Letos pivovary přihlášily 69 pív.

„Ke změnám pravidel jsme přistoupili na základě měnících se podmínek na trhu piva u nás, ale i kvůli návrhům pivovarníků. Přes všechny potřebné změny a vylepšení se domnívám, že si naše soutěž navzdory narůstajícímu počtu soutěží pív všeho druhu podrží unikátní vysoce odborný profil, díky kterému je pivovary plně respektována,“ říká Jan Veselý, výkonný ředitel ČSPS. Nejlepší piva se vyhlásí během Svatováclavské slavnosti českého piva 2011, která se bude konat 29. září 2011.

V Ostravě roste nový nákupní park

Ostrava Retail Point je jedním z mála nákupních parků, které se letos postaví v ČR. Celkem pro letošek developer oznámil plány na výstavbu osmi až deseti nákupních parků na ploše okolo 50 tisíc m².

Ostrava Retail Point bude mít plochu cca 10 700 m², přičemž výstavba prvních 7700 m² již byla zahájena.



Otevření chystá developer Discovery Group ve spolupráci s 3C REIM na 3. čtvrtletí letošního roku. „O tom, kolik parků letos skutečně vyroste, se rozhoduje právě v těchto dnech. Šanci na dokončení v letošním roce mají ty projekty, jejichž výstavba začne nejpozději v dubnu. Na termín zahájení výstavby má kromě počasí velký vliv hlavně zájem obchodníků o pronájem jednotek. Prvních 7700 m² Retail Pointu je v současné době ze 70 procent pronajato,“ říká Jiří Kristek, vedoucí pronájmu nákupních parků v poradenské společnosti Cushman & Wakefield, která byla pronájemem projektu pověřena.

Oslavy Tatarkistánu

Společnost Unilever, výrobce tatarské omáčky a majonézy Hellmann's, vybrala pro podporu značky na jaře letošního roku Word of Mouth koncept paarty. „Hellmann's rozšiřuje možnosti svých produktů. Použití majonézy nebo tatarské omáčky Hellmann's v teplé kuchyni bude pro řadu spotřebitelů novinkou, a proto je důležité, aby měli možnost vyvinuté receptury osobně vyzkoušet. Pro tento účel jsme spolu s klientem jako nejvhodnější médium vyhodnotili právě koncept paarty.com,“ vysvětluje Ivo Laurin, jeden ze zakladatelů Outbreaku. „Party Hellmann's koncipujeme s nadsázkou jako hostinu oslavující založení Tatarkistánu – země, kterou údajně před 1200 lety založil cestovatel a kuchař Ibn Tatarbaši, nazývaný též „otec Tatarů“. Z Tatarkistánu, který je proslulý svým kulinářským uměním, se k nám dostaly recepty na přípravu velmi chutných jídel teplé kuchyně s tatarskou omáčkou a majonézou. Mezi recepty, které můžeme sami doporučit, patří Křehké vepřové kotlety Hellmann's a Šťavnaté kuřecí plátky Hellmann's,“ dodává Lukáš Franz, projekt manažer Outbreaku.

Značka s.Oliver má nové tváře pro ČR

Módní a lifestyleová značka s.Oliver zahájila začátek nového roku řadou marketingových kroků s cílem přiblížit značku českému zákazníkovi a oslovit i nové klienty. Firma stejného jména již delší dobu uvažovala o spolupráci se „známými“ tvářemi českého showbusinessu. V souladu se současným trendem tzv. „celebrity PR“ byl koncem února vybrán herec a moderátor Tomáš Matonoha s manželkou, zpěvačkou a herečkou Lucií Benešovou. „Hledali jsme někoho, pro koho bude móda s.Oliver vlastní krevní skupinou, kdo se v ní bude cítit dobře a bude ji rád nosit,“ upřesňuje Pavla Pirklová, marketing coordinator s.Oliver pro ČR a SR, a dodává, „k vybranému páru se v podstatě hodí jak oblečení ze základní řady Casual, odvážnějších kolekcí QS, tak i z nové elegantní business módy Selection.“

(Pokračování ze stránky 2)

oznámení uvedl, že nejnovější zvýšení cen způsobila nutnost vyrovnat výrazně vyšší náklady spojené s pokračující nestabilitou na trzích se surovinami a také náklady na růst cen pohonných hmot v důsledku politických nepokojů v několika zemích Blízkého východu a severní Afriky.

Společnost Pregis Protective Packaging Europe provozuje osm výrobních závodů v osmi zemích. Provozní divize se specializuje na poskytování ochranných obalových řešení pro širokou škálu produktů a trhů.

Skupina Dachser zvýšila obrát

Mezinárodní logistický provider Dachser v minulém roce zvýšil svůj obrát o 600 mil. eur na 3,8 mld. eur. Motorem růstu byla divize letecké a námořní dopravy.

„Naše strategie pro krizový rok 2009 se v minulém roce vyplatila. S celkovým obrátem 3,8 miliardy eur a 19 250 zaměstnanci jsme dosáhli historického milníku v naší více než osmdesátileté historii,“ říká mluvčí vedení skupiny Dachser Bernhard Simon.

V roce 2010 přepravila skupina 46,2 milionů zásilek o celkové hmotnosti 35,5 mil. tun. V následujících pěti letech plánuje skupina další investice v hodnotě zhruba 1,3 mld. eur. Letos budou otevřeny dva nové eurohuby na Slovensku v Bratislavě a ve Francii ve městě Clermont-Ferrand, které budou propojeny se stávajícím eurohubem v německém Überherrnu. To umožní snížit počet překládek a zkrácení dodacích lhůt v rámci Evropy.

Ocenění pro Jones Lang LaSalle

Jones Lang LaSalle, nadnárodní poradenská společnost v oboru realitních služeb a správy investic, byla institutem Ethisphere uznána jako jedna z nejetičtějších společností roku 2011. Firmu jmenovali do daného seznamu již čtvrtý rok po sobě odborníci na tvorbu, zdokonalování a sdílení osvědčených postupů v podnikatelské etice, sociální odpovědnosti společnosti, antikorupci a udržitelnosti.

Personálie

- Red Hat, poskytovatel open source řešení, jmenoval Vladimíra Špičku do funkce obchodního manažera společnosti pro střední a východní Evropu. V nové pozici bude odpovídat především za rozvoj vztahů s místními partnery i zákazníky a také za vyhledávání nových obchodních příležitostí.
- Novou posilou Factum Invenio se v dubnu stala Mirka Ottová, která obsadila pozici head of finance research. Od roku 1995 působila v agentuře TNS AISA, kde se postupně vypracovala z odborné asistentky přes account a projektovou manažerku až na pozici services sector head na úrovni boardu.