

line REGAL

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 18/11, 10. 5. 2011

Bohemia Sekt – nový design, kampaň a tvář

Na začátku května odstartovala mediální kampaň značky Bohemia Sekt. Cílem je posílit vnímání značky jako noblesního, stylového a svým způsobem i luxusního nápoje. Načasování do letního období souvisí se strategií značky, kdy již desátým rokem značka úspěšně komunikuje nejen ve svém prodejně silném období, kterým je konec roku, ale základní hodnoty značky představuje svým spotřebitelům právě v létě, kdy stoupá zájem o kombinaci Bohemia Sektu a čerstvých jahod jako osvěžujícího a atraktivního letního nápoje. Nový TV spot představuje Bohemia Sekt jako elegantního společníka, díky kterému si můžeme vychutnat okamžik života naplno. Kromě Terezy Maxové se na přípravě podílela řada známých jmen. Režie se ujal zkušený reklamní i filmový režisér Tomáš Mašín, který v loňském roce zaujal výrazným celovečerním debutem *Tři sezóny v pekle*. Stejně jako u tohoto snímku i při natáčení spotu stál za kamerou čerstvý držitel Českého lva, Islandčan Carl Oskarsson. Hudbu složil Michal Dvořák, známý jako zakládající člen skupiny Lucie i úspěšný autor filmové hudby. Vytvoření fotografií pro tiskovou část kampaně se ujal mezinárodně uznávaný fashion fotograf Standa Merhaut. „Na základě strategického rozhodnutí posunout značku Bohemia Sekt více směrem k eleganci a nobilese jsme se po sedmi letech rozhodli také inovovat design etiket. S tímto úkolem nám pomohlo a grafické návrhy zpracovalo londýnské studio Claessens International, které má více než třicetiletou tradici na mezinárodním trhu a je lídrem v tvorbě a obnově brandů v oblasti nápojů,“ uvádí Martin Fousek, marketingový ředitel společnosti Bohemia Sekt.



Yoplait s kampaní Bohyně kuchyně

Yoplait, výrobce mléčných kysaných výrobků a zakysaných smetan, spustil kampaň Bohyně kuchyně. V jejím rámci hledá kuchařky těch nejzajímavějších receptů, při kterých se používá zakysaná smetana. Cílem je podpořit portfolio těchto výrobků a představit veřejnosti jejich široké využití. „Zakysané smetany značky Yoplait jsou díky své kvalitě nejprodávanější na trhu. Ale bohužel jsme zjistili, že zákazníci obecně nemají dostatečně dobré povědomí o velmi širokém využití těchto produktů. Prostřednictvím této kampaně chceme oslovit naše současné i potenciální zákazníky, aby nám poslali zajímavé a chutné recepty se zakysanou smetanou – aktivně je zapojit, aby nejen posílali své tipy, ale i hlasovali o ty nejlepší. Vítězky z každé kategorie pak budou našimi ambasadorkami,“ říká Petra Dlouhá, senior product manager Yoplait Czech. Více na www.zakysana-smetana.cz.

Thajské orchideje v Olomouci

Olomoucké výstaviště Flora patřilo od 28. dubna do 1. května 2011 jamí etapě mezinárodní zahradnické výstavy Flora Olomouc, tradičně doprovázené zahradnickými trhy a veletrhem drobné zahradní mechanizace Hortifarm. Květinová nabídka největší a nejstarší květinové výstavy v ČR s tradicí od roku 1958 byla i letos velmi pestrá. Již potřetí zde představilo thajské orchideje a exotické květiny Velvyslanectví Thajského království. Jeho expozici navštívilo 70 tisíc lidí. Osobně se zúčastnila i thajská velvyslankyně J.E. paní Krisana Chandraprabha, dále paní Natee Chuansanit, ministerský obchodní rada, a pan Pissot Suwanrasami, první tajemník velvyslanectví. Podle jejich vyjádření tyto akce přispívají k rostoucímu zájmu o thajské orchideje na českém trhu.



Thajské orchideje a exotické květiny Velvyslanectví Thajského království. Jeho expozici navštívilo 70 tisíc lidí. Osobně se zúčastnila i thajská velvyslankyně J.E. paní Krisana Chandraprabha, dále paní Natee Chuansanit, ministerský obchodní rada, a pan Pissot Suwanrasami, první tajemník velvyslanectví. Podle jejich vyjádření tyto akce přispívají k rostoucímu zájmu o thajské orchideje na českém trhu.

Regal 4/2011

vyšel 26. 4.

V čísle mj. najdete:

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



Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Dvojciferné růsty Deutsche Bahn

Deutsche Bahn AG zaznamenala výrazné oživení. Z finanční a ekonomické krize se vydala v roce 2010 opět na růstovou trajektorii. Tržby a zisky zaznamenaly dvojciferné přírůstky, přičemž se podstatně zvětšil objem čistých investičních výdajů a počet osob cestujících po železniční dráze vzrostl o 42 milionů. Rüdiger Grube, generální ředitel a předseda správní rady DB AG, říká: „Naším cílem v následujících letech je učinit z DB AG společnost zajišťující ještě vyšší komfort svým klientům. Obchodní úspěch DB zakládá nezbytné předpoklady pro dokonalejší služby a vyšší kvalitu.“ V roce 2010 vzrostly tržby skupiny DB meziročně o 5,1 mld. eur (+17,3 %) na 34,4 mld. eur. Srovnatelné výnosy (bez vlivu konsolidace a vlivu měnového kurzu) se zvýšily o 3,1 mld. eur, neboli o 10,6 %, na 32,5 mld. eur. Upravený provozní zisk (upravený EBIT) dosáhl téměř 1,9 mld. eur a přesáhl hodnotu roku 2009 o 181 mil. eur (+10,7 %).

Zlato z World Spirits Award

Zlatou medaili ve významné mezinárodní degustační soutěži World Spirits Award získala prémiová vodka Stock Prestige. Půl roku po premiéře se úspěšně etablovala také na českém trhu. World Spirits Award, jejíž osmý ročník proběhl v rakouském Klagenfurtu, patří k nejdůležitějším soutěžním kláním na evropském kontinentě. O uznání odborné poroty bojovalo 337 značek lihovin, které přihlásilo 70 společností z 33 zemí. Stock Prestige dokázala v nabitém startovním poli oslovit degustátory natolik, že jí přidělili zlatou medaili. Navázala tak na předchozí ocenění International Beverage Testing Institute v Chicagu, na World Spirit Competition v San Francisku, v hodnocení kvality Monde Selection nebo titul Vodka Master od renomovaného britského časopisu The Spirits Business.

Počet investic se ztrojnásobil

V průběhu 1. čtvrtletí roku 2011 byly podle společnosti Jones Lang LaSalle ve střední a východní Evropě uzavřeny investiční transakce (Pokračování na stránce 2)

DHL slaví 25 let na českém trhu

Poskytovatel logistických služeb, společnost DHL, působí na místním trhu od roku 1986, kdy jako první v tehdejší Československu začala poskytovat své mezinárodní expresní kurýrní služby prostřednictvím místního přepravce Čechofracht. Pro směřování firmy byl významným milníkem rok 2004. Specializované divize se rozdělily na DHL Express (Czech Republic) a DHL Logistics (Czech Republic). V Praze byla také otevřena nová globální centrála DHL IT. O rok později koupila firma 100% podíl tehdy nejvýznamnějšího českého expresního přepravce, společnosti PPL. Dochází k integraci obou společností a výstavbě společných terminálů. Do dnešního dne jich je na území ČR celkem 14.

„DHL v České republice se za dobu jejího působení podařilo získat pozici lídra na logistickém trhu, a to hlavně díky profesionalitě jejích zaměstnanců, kvalitním službám a neustálému zdokonalování operačních procesů. Hnacím motorem pro DHL vždy byl, je a bude spokojený zákazník. Na tom se ani po 25 letech nic nezměnilo,“ říká generální ředitel DHL Express CZ/SK Ian Wilson.



Péče o pivo nekončí za branou pivovaru

Pivovary dlouhodobě věnují usilovnou péči kvalitě piva, a to i poté co opouští brány pivovaru. Potvrdily to výsledky výzkumu, který letos v dubnu provedl Český svaz pivovarů a sladoven (ČSPS). Cílem bylo ověřit, co všechno, jak a kde dělají pivovary pro udržení co nejvyšší kvality piva na jeho cestě ke spotřebiteli. Jednalo se především o analýzu situace v gastronomických zařízeních, ale také o to, jak se vyvíjí péče o pivo v obchodech. Průzkum proběhl mezi členy i nečleny pivovarského svazu, členové tvoří přibližně 90 % trhu. Zároveň se ověřovalo, jak se naplňují před pěti lety přijaté principy Kodexu péče o pivo v gastronomii.

„Průzkum potvrdil obecné přijetí Kodexu péče o pivo v gastronomii a následné investice do technologií souvisejících s ošetřováním piva na cestě k zákazníkovi, školení personálu pivnic a intenzivnější osvětu mezi hospodskými a restaurátéry. Řada dalších opatření ukázala, že ošetřování piva a způsoby jeho nabízení hostovi se podstatně změnily k lepšímu,“ říká Jan Veselý, výkonný ředitel ČSPS. „Tlak pivovarů na zvýšení kulturnosti prodeje a spolupráce s dalšími články řetězce na cestě piva ke konzumentům se pivovarníkům zkrátka vyplácí,“ doplňuje.

Pilotní projekt Elektromobilita ČEZ

Dne 3. května představila Skupina ČEZ první partnery, kteří se budou podílet na výstavbě dobíjecích stanic pro elektromobily v ČR. Jsou to: ECE – Arkády, Dolní Břežany, Group AIG/LINCOLN, Inter IKEA Centre Group, Kaufland, McDonald's, ORCO, Praha 16 – Radotín, Ségécé, Tesco Stores ČR, TNT Express a Vinci Park. Během letošního roku instaluje ČEZ dobíjecí stanice v 50 lokalitách, nejčastěji v blízkosti větších měst. Do roku 2013 se plánuje instalace celkem 200 veřejných stanic.

„Cílem konceptu je otestovat elektromobilitu v reálném provozu způsobem, který se bude co nejvíce blížit budoucímu komerčnímu provozu. Tomu odpovídá jak umístění dobíjecích stanic, tak i použitá technologie. Logickými partnery jsou tedy nejen místa, kde lidé tráví volný čas, jako jsou obchodní a zábavní centra, ale samozřejmě i municipality, pro které je rozvoj elektromobility důležitou součástí komunální politiky. Jsme připraveni jednat se všemi typy partnerů a hledat vhodný formát spolupráce a dalšího rozvoje využívání elektřiny v dopravě,“ říká Tomáš Chmelík, manažer Útvaru čistých technologií Skupiny ČEZ.



Internetový obchod chovatelských potřeb

Společnost Pet fashion, která v ČR a SR exkluzivně zastupuje jihoafrickou značku ROGZ, vyrábějící kvalitní módní doplňky pro psy a kočky, spustila internetový obchod chovatelských potřeb www.ROGZ.cz. Nabízí kompletní sortiment této značky, v nabídce je také kompletní sortiment superpremiových krmiv značek Eukanuba, Proplan, Royal Canin a Hills, zdravá sušená masa Perrito, hračky Petstages a oblečky Bass-Tee.

„To vše skladem v kamenné prodejně na Moskevské 1, Praha 10, a za velmi výhodné ceny,“ dodává ředitelka firmy Lenka Kholová s tím, že ROGZ.cz je výhodný, spolehlivý a designový internetový obchod, jehož prioritou je okamžitá expedice zásilek a poskytování profesionálního zákaznického servisu.

(Pokračování ze stránky 1)

ce ve všech odvětvích přibližně ve výši 1,85 mld. eur. Tato částka představuje téměř trojnásobek objemu oproti stejnému období roku 2010. Neaktivnější sektor, kanceláře, přispěl více než 40 % do celkového objemu, maloobchodní transakce představovaly dalších 28 % a těsně následovaly investice v průmyslu/logistice s téměř 26% podílem.

Několik transakcí se v roce 2010 neuzavřelo a očekává se, že budou dokončeny v 1. polovině tohoto roku. Někteří majitelé v regionu CEE se rozhodli přinést své nemovitosti na trh v roce 2011, a z tohoto důvodu se předpokládá, že objemy transakcí překročí nejvyšší částku minulého roku (3 mld. eur) a potenciálně mohou dosáhnout 4,5 mld. eur za celý rok.

Nejvíce praček na světě prodává LG

Společnost LG Electronics (LG), která je světovým lídrem a inovátorem v domácích spotřebičích, spotřební elektronice a mobilních komunikacích, je již třetím rokem za sebou nejprodávánější značkou praček. Podle průzkumů společnosti GfK, NPD a Stevenson Company je LG nejprodávánější značkou automatických praček na světě. Jedničkou na trhu není poprvé – již po dobu tří let jsou LG pračky nejprodávánějšími na 50 trzích celého světa. LG je dokonce pět let jedničkou na klíčových trzích, jakými jsou Austrálie, Chile, Ukrajina, Indie, Thajsko, Indonésie a další asijské státy.

Tři ocenění pro Emirates SkyCargo

Emirates SkyCargo, divize společnosti Emirates zabývající se nákladní leteckou přepravou, získala v polovině dubna v Londýně a Torontu tři prestižní cargo ocenění. Dvě ceny získal přepravce při udělení britských cen Cargo Airlines of the Year – společnost získala cenu za nejlepší aerolinie létající na Blízký východ, cenu za celoživotní práci získal Ram Menen, divisional senior vice president Cargo společnosti Emirates.

Ceny Cargo Airline of the Year udílí obchodní časopis Air Cargo News a hlasují v něm čtenáři z celého světa.

Evropské nemovitosti k prodeji

Na nejdůležitějších středoevropských trzích – v Polsku, v České republice, na Slovensku a v Maďarsku – jsou aktivně nabízeny investiční produkty v hodnotě převyšující 3,5 mld. eur. Oproti předchozímu čtvrtletí se jedná o nepatrné zvýšení. Vyplývá to ze zjištění společnosti Cushman & Wakefield.

Prodávající se dělí na dvě stejně velké skupiny: na developery, kteří chtějí prodat, a na investory, kteří chtějí zobchodovat dříve nakoupené projekty. Využívají zlepšující se situace. Na trhu roste zájem investorů a zvyšují se ceny. Je to dáno především poklesem míry výnosnosti (yield).

Téměř polovina objemu nabízených nemovitostí (tzn. 1,7 mld. eur) připadá na maloob-

(Pokračování na stránce 3)

Obchodní tipy pro léto

S blížícím se létem a časem dovolených a prázdnin se rozšiřuje i nabídka produktů vhodných pro snadno a rychle připravené, přitom vyvážené a chutné menu. Prodejci tak mohou svým zákazníkům nabídnout a doporučit například výrobky značek Penam a Kostecké uzeniny. Je mezi nimi možné najít třeba pšenično-žitný Zábrdovický chléb a chléb Beskyd (oba 500 g a 1100 g). Výživnou pomazánku na cesty lze připravit z Kosteckého Poličanu. Stejnou funkci zajistí i snadno roztíratelná Selská paštika (370 g a 170 g). Jako hlavní jídlo či základ pro jeho přípravu mohou být použity Kostecké párky (850 g) nebo Kostecký Poličan (celý 700 g, krájený 80 g). Jako dezert lze nabídnout závin „Něco na zub“ (70 g) značky Penam, s náplní tvaroh, mák, povidla nebo měručka.

Interaktivní kampaň DPD CZ

Společnost DPD CZ se rozhodla vedle B2B klientely rozšířit řadu svých příznivců i mezi koncovými zákazníky. Koncem dubna proto spustila první velkou interaktivní kampaň v historii svého působení na českém trhu. Průvodcem světem zásilek a celou kampaň je nová tvář DPD, kurýr Sláva Balík. Firma tak cílí především na B2C klientelu, vsází proto na rostoucí potenciál sociálních sítí a využívá platformy určené k interaktivní komunikaci. Kampaň chce zvýšit povědomí o službě DPD Private, která je určena především pro e-shopy a která má soukromým příjemcům zajistit vysoce komfortní a spolehlivé doručení objednaného zboží domů. Kreativitu a kompletní on-line řešení vytvořila agentura Ogilvy Interactive s podporou Ogilvy PR.



New Yorker představil reklamní spot

Stejně jako minulý rok přichází i na jaře 2011 společnost New Yorker s novým reklamním klipem ze série Dress for the Moment. Ten letošní se jmenuje jednoduše The Dress – Šaty a svoji českou premiéru měl 5. května. Děj nového spotu je o dvou ženách, které snad ani nemohou být odlišnější. Jedno ale mají společné: touhu po trendy oblečení značky New Yorker. A právě tyto dvě ženy se potkají kdesi na svých toulkách světem a vše hodí za hlavu, jen aby získaly perfektní outfit. Klip nebude vysílán jen v televizi a v kinech, ale objeví se také na internetu ve všech 32 zemích, kde New Yorker působí. K vidění bude také na Facebooku, YouTube a portálech zaměřených na módu, lifestyle, hudbu a zábavu.

Nová linka plní PET lahve

Společnost Pivovary Staropramen začátkem května uvedla do ostrého provozu moderní stáčecí linku na PET lahve. Je umístěna v areálu pivovaru Staropramen na pražském Smíchově a umožňuje plnit lahve o různém objemu. Stáčet se zde tedy bude jak litrový Staropramen, tak Braník Dvoulitř. Výhodou vlastní stáčecí linky s hodinovým výkonem až 18 tisíc lahví je větší flexibilita dodávek, jednodušší distribuce i možnost volby objemu, tvaru a typu obalu do budoucna. Investice do nové stáčecí linky na PET lahve dosáhla celkové výše 113 mil. Kč. „Čeští spotřebitelé nám v minulých dvou letech dali jasně najevo, že je tento typ balení pro ně zajímavý a budou ho i v budoucnu preferovat. Instalace vlastní stáčecí linky na PET lahve je součástí našeho dlouhodobého inovačního plánu, kterým reagujeme na tyto aktuální trendy ve spotřebě piva,“ říká Zdeněk Lux, vrchní sládek pivovaru Staropramen.



OAZA Kladno a Elite Model Look

V úterý 10. května proběhne v nákupním centru OAZA Kladno celosvětově známá soutěž hledající nové hvězdy modelingového mola, Elite Model Look. Soutěž je určena pro dívky, které měří nad 170 cm a je jim mezi 13 a 22 lety. Odpolednem provede Simona Krainová, která nejenom budoucím modelkám, ale i veřejnosti díky svým hostům předvede, jak se o sebe starat a vyzdvihnout svoje půvaby. Po skončení akce proběhne autogramiáda Simony Krainové. „Casting na modelky Elite Model Look se v našem nákupním centru koná letos poprvé. Doufáme, že některá z dívek z Kladna a okolí, která absolvuje první casting právě v našem obchodním centru, se stane topmodelkou známou ze stránek módních časopisů,“ uvádí Viktor Honke, ředitel nákupního centra OAZA Kladno.

(Pokračování ze stránky 2)

chodní sektor. V nabídce jsou dnes nejméně čtyři obchodní centra, z nichž každé představuje hodnotu převyšující 200 mil. eur. Nadále dominuje Polsko, kde se nachází 58 % z nabízeného objemu nemovitostí (tzn. 2,05 mld. eur).

Portfolio ProLogisu v SR pronajato

ProLogis, mezinárodní poskytovatel distribučních nemovitostí, oznámil, že po uzavření několika transakcí v nedávné době je portfolio ProLogisu na Slovensku plně pronajato. Nedávné transakce zahrnují: novou nájemní smlouvu podepsanou s výrobcem elektroniky na 8400 m² v ProLogis Parku Galanta-Gan, distribučním centru o celkové rozloze 160 tisíc m² umístěném 60 kilometrů severovýchodně od centra Bratislavy, blízko mezinárodní dálnice D1 (E58), rozšíření smlouvy o 2100 m² se společností DHL v ProLogis Parku Bratislava, parku o celkové rozloze 183 tisíc m² moderních skladových prostor umístěném 24 kilometrů východně od Bratislavy a prodloužení nájemní smlouvy podepsané se společností Wincanton v ProLogis Parku Bratislava na 6200 m².

Finlandia oslavuje

Tento rok je pro Finlandii úspěšný. Neochucená Finlandia Vodka Classic získala první místo na Ultimate Spirits Challenge. Bojovala na začátku března v New Yorku se 35 zúčastněnými vodkami a letos si vysloužila dokonce nejvyšší ocenění této soutěže, tzv. Chairman's Trophy.

Kromě toho byla znovu oceněna jednoznačnou volbou poroty na soutěži World Spirits Competition 2011 v San Francisku i vodka Grapefruit Fusion. Získala tak třetí zlatou medaili (2007, 2010, 2011) v kategorii ochucených volek.

Personálie

- Novou oblastní ředitelkou pro západní Čechy ve společnosti Tesco Stores ČR se stala Olga Lukešová. Dosud působila jako ředitelka hypermarketu Tesco na pražském Zličíně. V nové pozici bude zodpovídat za všechny supermarkety a menší hypermarkety Tesco (do prodejní plochy 4000 m²) v západních Čechách.
- Jan Lacina nastoupil na pozici key account manager do společnosti Dachser Czech Republic a bude zodpovědný za řízení portfolia klíčových zákazníků v regionu střední a východní Evropy. Profesionální dráhu v oboru logistiky zahájil v roce 1997 ve firmě Schenker, kde působil 14 let. Nastoupil jako obchodní zástupce, poté řídil pobočku v Děčíně. Poslední čtyři roky působil na pozici produktového manažera pozemních přeprav.