

line REGAL

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 4/11, 1. 2. 2011

Tesco otevře ekologicky šetrný hypermarket

První ekologicky šetrný hypermarket s nulovou uhlíkovou stopou v kontinentální Evropě otevře společnost Tesco Stores ČR 10. února ve východočeské Jaroměři. Budova navržená stavebním oddělením retailera je řešena jako energeticky soběstačná dřevostavba. Projekt budovy byl jak z hlediska stavebního, tak technologického navržen tak, aby produkce CO₂ byla snížena na minimum a byla vyrovnána neboli vynulována stejným množstvím CO₂ spotřebovaným během pěstování zdroje energie.

„Soběstačnost budovy zajišťují dvě kogenerační jednotky, které produkují dostatek energie pro celkový provoz hypermarketu. Jako palivo je v nich využit čistý řepkový olej, ze kterého jednotky vyrábějí nejen elektrickou energii, ale také teplo pro vytápění a chlad pro chlazení objektu,“ popisuje Miroslav Friml, ředitel stavebního oddělení Tesco. Na šikmých světlících střechy jsou nainstalovány solární kolektory. Jak kogenerační jednotky, tak solární kolektory jsou napojeny na absorpční výměník, který slouží pro přeměnu teplé vody na chladnou, jež se tak stává zdrojem chladu pro objektové chlazení v letním období.

K úsporám energie dochází i díky dalším opatřením. Ve střeše jsou umístěny šedové světlíky umožňující přirozené osvětlení prodejní plochy. Díky jejich severnímu nasměrování však nedochází v letním období k nežádoucímu přehřívání objektu. Osvětlení prodejní plochy je stmívatelné, reaguje na zisky denního světla a automaticky upravuje intenzitu umělého osvětlení tak, aby bylo dosaženo požadované hladiny osvětlenosti. Dešťová voda se zachytává v akumulační nádrži a následně se používá na splachování WC, mytí podlah, zalévání zeleně apod. Novinkou, kterou v blízké budoucnosti Tesco představí se společností ČEZ, je dobíjecí zařízení pro elektromobily, které bude umístěno přímo na parkovišti hypermarketu.

Doba výstavby nového obchodu (3000 m², 19 tisíc druhů zboží) trvala 18 týdnů, celkové investice jsou o necelých 30 % vyšší než u srovnatelného standardního objektu. „Návratnost investic očekáváme v horizontu 14 let,“ říká Miroslav Friml a doplňuje, „snižování vlastních emisí a dopadu na životní prostředí pomocí efektivního využívání moderních technologií patří k prioritám společnosti Tesco všude na světě. Díky úsporám energie a využívání obnovitelných zdrojů chceme do roku 2020 snížit naši uhlíkovou stopu na polovinu hodnoty, kterou jsme dosahovali v roce 2006, a do roku 2050 se chceme stát celosvětově společností s nulovou uhlíkovou stopou.“

Společnost Tesco tímto navázala na své předchozí aktivity směřující ke snižování ekologické stopy. „Čtyři obchody v minulosti už byly například vybaveny technologií chlazení Cooltec s přírodním chladivem CO₂, navíc uplatňujeme energeticky úsporná opatření jak v nových, tak i stávajících obchodech,“ upřesňuje Miroslav Friml.

Tiki setkání v Tretter's Baru

Dne 26. 1. 2011 se v pražském Tretter's Baru uskutečnilo Tiki setkání. S tímto nápadem přišel ve spolupráci s rumem Havana Club Añejo 3 Años Michael Tretter, který obdivuje tiki kulturu (podle polynéských a havajských mýtů byl Tiki první muž žijící na Zemi, který začal být postupem času uctíván jako bůh). V rozhovoru s Dagmar Rychterovou, manažerkou značky Havana Club (Jan Becher – Karlovarská Becherovka) říká: „Tiki bary můžou pro návštěvníky v současnosti působit přemrštěně kýčovitě, ale jedno přetrvává – ve své vrcholné formě může svou strhující a bohatou koktejlovou kulturou představovat tiki atmosféra pro některé barofily čistou esenci toho, co v baru očekávají. Ztracený ráj plný radosti a rozkoší, nekompromisní relax a uvolnění, dunivou reggae hudbu a úchvatné drinky s erotickým chvěním, jednoduše: ostrov potěšení, kde vše je dovolené.“ Tiki nápoje jsou v jeho baru ve standardní nabídce.



Regal 1/2011

vyšel 19. 1.

V čísle mj. najdete:

- Trendy roku 2011
- Nejhezčí obchody
- Retail Perception Audit
- Oslavy jara a konzumu



Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

MasterCard PayPass na Slovensku

Bezkontaktní technologie MasterCard PayPass nahrazuje platby v hotovosti především u menších nákupů. Transakce trvají méně než 5 vteřin, při platbě není potřeba vkládat kartu do terminálu ani zadávat PIN. „Technologie MasterCard PayPass vstoupila na slovenský trh v září 2008, kdy začala karty umožňující bezkontaktní platby vydávat Volksbank Slovensko. Od té doby bylo na slovenském trhu vydáno přes 35 tisíc nosičů umožňujících platit touto technologií, včetně hodinek a předplacené nálepky. Na Slovensku bylo zatím nainstalováno asi 1500 terminálů akceptujících tento typ plateb,“ uvádí Milan Laitl, obchodní ředitel MasterCard Europe pro SR. Navíc obyvatelé Bratislavy mohou od ledna 2011 žádat o Bratislavskou městskou kartu, kterou lze použít při nákupu zboží a služeb se speciálními slevami nebo jako vstupenku do knihovny. Díky spolupráci se společností MasterCard plní i funkce běžné platební karty včetně mezinárodního platebního styku.

Výzva ke zmírnění regulací

Generální ředitel Tesca, Sir Terry Leahy, vyzval vlády na celém světě ke spolupráci se soukromými firmami k zajištění toho, aby inovace vedoucí k minimalizaci uhlíkových emisí nebyly zbytečně zpomalovány regulacemi. Při oznámení otevření dvou obchodů s nulovou uhlíkovou stopou v Thajsku a v České republice uvedl, že vlády potřebují vytvořit takové regulační prostředí, které umožní soukromým firmám postupovat způsobem, který přinese ekonomický růst udržitelný v každém směru a umožní jim pracovat na rozvoji levnějších a jednodušších zelených řešení, která budou atraktivnější pro zákazníky.

Istanbul Shopping Festival

Istanbul zve od 18. 3. do 26. 4. 2011 na první Istanbul Shopping Festival. Čtyřicet dní a nocí mají příznivci nakupování možnost vydat se v rušné metropoli na Bosporu na lov po slevách a zároveň poznávat kulturní pestrost země při zhlédnutí celé řady pouličních vystoupení a akcí. Pořadatelem festivalu je

(Pokračování na stránce 2)

Móda z Olympie Brno míří do klubu

Vedle pravidelných jarních a podzimních módních přehlídek v pasážích chystá na 18. února nákupní a zábavní centrum Olympia svou vlastní klubovou noc Olympia Fashion Party!, která v brněnském disco klubu XXL spojí hudbu s módou. Kromě módní show s prezentací kolekce vybraných značek a butiků sídlících v centru na návštěvníky čeká hudební a taneční party, kde zahrají čeští a slovenští DJs. Účastníci mohou vyhrát zápujčku legendárního auta Mini One na půl roku zdarma. „Snažíme se být nejen nákupním, ale také skutečně zábavním centrem, proto zde připravujeme akce z různých oblastí zájmů našich zákazníků. Máme tak už tady motoristické akce, wellness akce, kulturní představení. Nyní chceme zaujmout především mladou generaci, vyznačící se moderním hudebním stylem, klubové kultury a taneční hudby. Chceme přijít do klubu za svými zákazníky,“ říká PR manažerka Monika Findoráková.

FM Logistic oslaví 15. výročí vstupu do ČR

Společnost FM Logistic rozšířila své působení na území ČR v roce 1996, kdy zahájila provoz na vlastní platformě v Tuchoměřicích. Letos tak oslaví 15 let od vstupu na český logistický trh. Na Slovensku zprovoznila firma první, tehdy pronajatý sklad v Topoľčanech v roce 1999. V roce 2005 přesunula FM Logistic své aktivity do vlastního skladu v Seredi. Od roku 2005 do současnosti vykázal československý cluster 100% nárůst svého obrátu. Z 13,5 mil. eur v roce 2005 na předpokládaný obrát 26,1 mil. eur za fiskální rok 2010–11, který se uzavře k poslednímu březnu 2011. Mezi jeho stěžejní klienty patří např. BIC, Nestlé Česko, IKEA, JTI a další. „Kromě dopravy společnost letos a v příštím roce soustředí svoji pozornost mimo jiné na další rozvoj co-packingu v Tuchoměřicích a co-manufacturingu i co-packingu v Seredi. Z konkrétních letošních cílů můžeme zmínit například dohledatelnost zboží na úrovni kusů,“ doplňuje Vladimír Kvítek, generální ředitel ČR a SR.



Nejznámější značky pečiva: Delta a Odkolek

Nejznámější značkou pečiva v ČR je Delta, kterou zná 48 % spotřebitelů, na druhém místě je Odkolek, třetí příčka patří značce Penam. To jsou výsledky prosincového průzkumu GfK Czech, který oslovil reprezentativní vzorek 1000 respondentů na území ČR. Oproti shodnému minulému průzkumu si vyměnily pořadí na vyrovnaných prvních dvou místech značky z portfolia United Bakeries – v roce 2009 vyhrál Odkolek před Deltou. Penam je s odstupem stabilně třetí, shodné pořadí je i na dalších místech: 4. Michelské pekárny, 5. Dobré pečivo, 6. Cerea. Podle průzkumu meziročně významně vzrostl důležitý ukazatel – počet spotřebitelů, kteří si vybírají chléb a pečivo podle značky: u žen to byl nárůst z 21 % na 32 %, u mužů z 9 % na 18 %, tedy o rovných 100 %. Celkově nakupuje chléb a pečivo 94 % populace, 62 % pro svou vlastní potřebu, 58 % jako součást rodinného nákupu. Pouze 6 % populace nenakupuje žádné pečivo.

Více přepravených zásilek

Společnost GO! Česká republika zveřejnila výsledky za rok 2010. Celkový počet přepravených zásilek vzrostl v roce 2010 o 68 %, přičemž počet importních zásilek zůstal ve srovnání s rokem 2009 konstantní. Počet exportních zásilek vzrostl o 42 % a počet zásilek doručených v rámci ČR se zvýšil o 200 %. Obrát firmy loni vzrostl v meziročním srovnání o 34 %. „Snažíme se klientům najít vždy způsob přepravy na míru, pravidelně rozšiřujeme a optimalizujeme portfolio našich služeb. V závěru loňského roku jsme se stali partnery celosvětové sítě SKY WWE. Díky ní se nám otevřou možnosti přímého spojení se zámory. Loni jsme též zvětšovali kapacitu našeho manipulačního skladu na dvojnásobek, abychom byli schopni odbavit zvýšené množství zásilek,“ říká ředitel společnosti GO! Česká republika Martin Koča. Celkový zisk GO! Česká republika narostl o 150 %.



Společnost Dekor spolupracuje se studenty

Společnost Dekor a Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací, se dohodly na spolupráci v oblasti podlinkové marketingové komunikace. Cílem je zkvalitnění výuky relevantních oborů a jejich propojení s praxí. Firma Dekor pořádá průběžně workshopy pro studenty FMK se zaměřením na zadaná témata, s cílem zvýšit odborné praktické znalosti studentů, seznámit studenty s novými materiály, výrobními technologiemi, trendy a světovými projekty v oboru POS.

(Pokračování ze stránky 1)

turecké ministerstvo kultury a cestovního ruchu. Pod heslem „nakupovat a volný čas“ láká přes 90 nákupních středisek jakož i typická tržiště, od Velkého bazaru až po Egyptský bazar, výraznými slevami až o 50 % a nákupním zážitkem až hluboko do noci. Turisté mají navíc výhodu, že na Istanbul Shopping Festivalu nemusí platit daň z přidané hodnoty. Více na www.istanbulshoppingfest.org.

Samsung a Liquavista spolu

Společnost Samsung Electronics úspěšně završila akvizici výrobce displejů Liquavista. Firma sídlící v nizozemském Eindhovenu byla založena v roce 2006 (po vyčlenění z Philips Research Labs) a nabízí nový typ elektronických displejů založených na technologii známé jako electrowetting (elektrické smáčení). Používají se v elektronických čtečkách, mobilních telefonech, multimediálních přehrávačích aj. mobilních přístrojích. Technologie electrowetting pracuje v transmisivním, reflektivním, transparentním a transflektivním režimu a umožňuje výrobu displejů s jasným, barevným obrazem při výrazném snížení spotřeby.

BenQ představí vize budoucnosti

Výrobce projektorů a inovátor v oblasti digitálního životního stylu, společnost BenQ, představí svou „Vizi budoucnosti: Projekce světlejších zítřků“ na veletrhu ISE 2011. Ten se bude konat 1. až 3. 2. 2011 v nizozemském Amsterdamu. Tato vize bude představena ve formě projekčních technologií a sofistikovaných řešení, na jejichž vzniku se podíleli odborníci na vizualizaci i profesionálové ve vzdělávání. Firma na svém stánku 5O120 v hale 5 RAI Convention Center představí šest nových projektorů, od modelů podporujících ultra krátkou projekční vzdálenost až po produkty ztělesňující flexibilitu instalace.

Oriflame partnerem WTA Tour

Oficiálním kosmetickým partnerem WTA Tour pro rok 2011–2012 je kosmetická značka Oriflame. Na základě podepsaných podmínek na dvouleté partnerství se stala oficiálním partnerem Tour v Evropě, Rusku, Společenství národů, střední Evropě a Africe a zúčastní se významně 26 akcí Tour v těchto zemích. Spolupráce zahrnuje také viditelnost na akcích a marketingová tradiční a digitální práva.

Největší nájemce ve Wrocławu

ProLogis, mezinárodní poskytovatel distribučních nemovitostí, podepsala nové nájemní smlouvy na téměř 11 tisíc m² kancelářských a skladových prostor v ProLogis Parku Wrocław III se společností Deichmann-Obuwie, polskou pobočkou největšího řetězce prodejen s obuví v Evropě. Výstavba bude dokončena ve 2. čtvrtletí roku 2011, kdy bude budova předána zákazníkovi k užívání. Deichmann

(Pokračování na stránce 3)

Fairtradová města i v České republice

Dne 24. 1. 2011 u nás oficiálně odstartovala národní verze úspěšné mezinárodní kampaně Fairtrade Towns (Fairtradová města). Kampaň Fairtradových měst zaštitilo Ministerstvo životního prostředí ČR, koncept má také podporu Národní sítě Zdravých měst ČR. Neobrací se jen na města a malé obce; status mohou získat i univerzity, školy či církve. Některá česká města (Brno, Litoměřice, Vsetín, Třebíč) fair trade podporují již nyní. Cílem kampaně je osvěta fair trade a podpora prodeje fairtradových produktů v daném městě. Pro města status představuje zajímavý marketingový nástroj, jehož prostřednictvím svým občanům a partnerům prezentují svou společenskou odpovědnost. „Fairtradová města se během deseti let od svého založení stala mezinárodním hnutím, které v současné době zahrnuje více než 910 měst v 19 zemích světa. Očekává se, že v roce 2011 získá status jubilejní tisíce město. Může se jím stát i některé z českých či moravských měst,“ říká Jiří Hejkrlik, předseda Asociace pro fair trade, která je garantem kampaně Fairtradových měst v ČR.

Příprava asociace slevových serverů

Slevomat.cz iniciuje založení české asociace slevových serverů, která bude chránit zákazníky před nekalým jednáním provozovatelů serverů hromadného nakupování nebo jejich partnerů. Na 9. 2. 2011 svolává zakládací schůzi a zve všechny zájemce z řad slevových serverů a jejich agregátorů, aby se připojili. Cílem setkání bude domluvit se na společném etickém kodexu, který byl již na základě předchozího jednání vytvořen, a fakticky organizaci založit. „Etický kodex bude například zavazovat členy k tomu, aby nesli riziko bankrotu firem, které prodaly přes jejich slevové servery své služby a nejsou z různých důvodů schopny umožnit zákazníkům jejich čerpání. Za tyto kupony by pak vždy vrátili svým zákazníkům peníze zpět. Tento závazek je pro Slevomat, Vykupto a některé další firmy v současnosti již samozřejmostí,“ dodává Tomáš Čupr, zakladatel Slevomatu.

Minerální voda s netypickou příchutí

Společnost Karlovarská Korunní přichází na trh s minerální vodou Korunní s příchutí čokolády. Stejně jako Korunní kávová i nová jemně perlivá Korunní čokoládová umožní doplnit pitný režim a přitom si pochutnat na nevšední chuti.

K dostání je v praktickém „kabelkovém“ 0,75ml balení v řetězci drogerií dm a na čerpacích stanicích. Doporučená maloobchodní cena je 16,90 Kč. „Novinka neobsahuje žádné konzervanty a je slazená lehce stravitelným invertovaným cukrem, směsí glukózy a fruktózy,“ doplňuje brand manažerka Michaela Jarošová.



Garance budoucího byznysu

Společnost ePoptávka.cz, jež provozuje největší poptávkový systém v České republice, nově garantuje získání budoucího byznysu. Pokud do roka subjekt nezíská jedinou zakázku, bude mu registrační poplatek vrácen v plné výši. „Z výzkumů spokojenosti registrovaných subjektů, tj. dodavatelů, víme, že osm z deseti získá během roku díky službě ePoptávka.cz minimálně jednu zakázku,“ říká Otto Kočí, který zodpovídá za rozvoj služby nejen v ČR, SR, Polsku a Maďarsku a dodává, že klient díky registraci získá přístup k mnoha zajímavým poptávkám ze zvoleného oboru, které jsou navíc ještě ověřené operátorem. Podle jeho slov je registrace nových dodavatelů v prvních dvou měsících letošního roku opravdu výhodná. Nic totiž neriskují a v případě neúspěchu jim ePoptávka.cz vrátí celý registrační poplatek.

Podnikání v dopravě patří k nejrizikovějším

Podnikání v dopravě a logistice patří k nejrizikovějším v České republice. V relativním srovnání s tuzemskou podnikatelskou základnou v dopravě působí o polovinu méně „vynikajících“ firem a o 222 % více firem v úpadku. Krachem je ohrožena každá čtvrtá (22,1 %). Analýzu aktuálního rozložení rizikovitosti podnikatelské základny v ČR zveřejnila agentura ČEKIA v rámci sektorové analýzy Doprava a logistika. Výsledky hodnocení vycházejí z metodiky ratingového modelu ČEKIA Stability Rating, jehož cílem je odhadnout riziko úpadku firmy v následujících dvanácti měsících. „Vysoký podíl firem, které zkrachovaly, a velmi nízký počet společností hodnocených v kategorii „vynikající“ svědčí o vysoké rizikovitosti a náročnosti podnikání v sektoru dopravy a logistiky, obzvláště v období ekonomické recese,“ komentuje analytička agentury ČEKIA Petra Štěpánová.

(Pokračování ze stránky 2)

plánuje ze svého nového distribučního centra v ProLogis Parku Wrocław III zásobovat celé Polsko a část trhů v zemích střední a východní Evropy. „Při rozhodování o výběru kancelářských a skladových budov pro nás byla nejdůležitějším faktorem lokalita a efektivní přizpůsobení prostor dle našich specifických požadavků,“ říká Wojciech Normand, viceprezident společnosti Deichmann-Obuwie.

Jedenáct ocenění pro LG

Společnost LG Electronics získala na největší světové výstavě spotřební elektroniky CES 2011 řadu ocenění v 11 kategoriích, včetně nejvyššího – Best of Innovations v kategorii Video Display za 55palcový Full LED HDTV 3D televizor s připojením k internetu. Dále byly oceněny televizory značky LG všech oblastí – LED, LCD i plazmové. Řadu ocenění dostaly produkty pro domácí zábavu, jako jsou domácí kina, Blu-ray přehrávače i počítačové monitory, stejně jako konvenční domácí spotřebiče, jako jsou pračky. Porotu zaujaly i nové technologie, které LG představila. Jednalo se především o novou Nano Full LED technologii pro podsvícení displejů a o druhou generaci aplikace pro připojení televizoru do sítě a internetu – NetCast 2.0.

Personálie

- Petra Vaverková rozšířila obchodní tým firmy Tata Global Beverages Czech Republic. Pozici obchodní manažerky pro nezávislý trh převzala od Pavla Pokorného, který se stal obchodním ředitelem firmy. Jejím hlavním úkolem bude stabilizovat a posílit prodej čajů značky Jemča, Jemča Viva a Tetley.
- Společnost LG Electronics CZ má od ledna 2011 nové manažery v marketingu a obchodu. Funkci head of corporate marketing obsadila Edita Mrkousová, která v LG Electronics CZ zastávala již od roku 2009 pozici global culture a innovation manager. Nyní budou do její kompetence spadat strategické vedení značky, ATL, BTL, on-line, public relations, interní komunikace, sponzoring a in-store marketing. Od 4. 1. nastoupil do LG také Pavel Kolář, a to na pozici obchodní ředitele divize spotřební elektroniky (Home Entertainment a Home Appliance). Je zodpovědný za veškeré obchodní aktivity obou produktových divizí.
- Do společnosti ČD – Telematika nastoupil Antonín Neubauer, který bude řídit odbor konzultantů v úseku Obchod a marketing. Povede tým předprodejní podpory, jejichž úkolem je proaktivní podpora obchodníků při vyhledávání a následném zpracování obchodních příležitostí.
- Generálním ředitelem společnosti Fujitsu v ČR se stal Radek Sazama. Do nové pozice si přináší bohaté zkušenosti z dvacetiletého působení ve společnosti IBM.