

REGAL^{line}

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 8/11, 1. 3. 2011

Pánská pasáž otevře na jaře

Pánská pasáž, jejíž otevření se chystá na jaro 2011 (přelom dubna a května), se stane první obchodní zónou v ČR orientovanou na muže. Komplexnost nabídky exkluzivních „pánských“ obchodů a služeb soustředěných na jednom místě je mimořádná i v celoevropském kontextu. Výběr firem a značek je podřízen preferencím a zájmům jasně definované cílové skupiny – mužům různého věku, profese či národnosti, které spojuje chuť dopřát si to nejlepší, investovat do svého vzhledu, nechat se hýčkat. Pánská pasáž, jejíž prostory mají rozlohu více než 800 m², bude přístupná z ulice Na Příkopě a od Ovocného trhu. Developerem projektu je společnost Metrostav, celková investice dosáhla 70 mil. Kč. Pánskou pasáž provoní gastronomické lahůdky z bistra a obchodu s čerstvými produkty italské proveniencce. Péče o elegantní vzhled začíná v pánském holičství (s tradičním holením břitvou) nebo v krejčovství s mistrovským šitím oděvů na míru a pokračuje výběrem z řady butiků světových značek, obchodů s obleky, obuví, košilemi, kravatami, šálami, hodinkami, doutníky, alkoholem, psacími potřebami, parfémy a doplňky.

Možnosti pronájmu prodejních prostor jsou ještě stále otevřeny, zájem zatím projeví například holičské salony Franck Provost, Česká zbrojovka Uherský Brod, klasické krejčovství Josef Knize z Vídně, obchod s doplňky Top Drawer, Wine Food Market, směnárna Alfa, Pizzeria Basta, butiky Prestige Man, Ralph Lauren, Vicomt a Henri Lloyd, francouzská kosmetická značka Fragonard a další. Pánská pasáž představuje přelomové pojetí koncepce obchodních center. Participující firmy a značky nejsou v přímé konkurenci, jejich sortiment se doplňuje, takže mohou fungovat v určité synergii. Jednotlivým komponentem je dominantní vizuální prvek – logo, které je použito v interiéru pasáže i v designu visáček na tašky, balicích papírů atp.

Zájemci o pronájem prodejních prostor se ještě mohou hlásit – kontakt: Frank Hanečák, tel.: +420 224 217 648, frank@hanex.cz.

Spar ČOS představil Turbo čaj

Spar ČOS uvádí na český trh energetický Turbo čaj obsahující o 50 % více kofeinu než běžné energetické nápoje, dále extrakt zeleného čaje, ostružiny, bílého ibišku, kůry pomeranče a ženšenu. V rámci jeho představení připravil retailer ochutnávkové akce ve všech hypermarketech Interspar a supermarketech Spar a zimní promo v horských střediscích. S-Budget Turbo čaj lze je v prodeji od 15. února. „S-Budget Turbo čaj je stejně jako ostatní výrobky této privátní značky cenově dostupný, a přesto kvalitní,“ říká Martin Ditmar, generální ředitel Spar ČOS. „Aby se naši zákazníci mohli o kvalitě i chuti přesvědčit, připravili jsme v období od 23. února do 6. března ve všech hypermarketech Interspar a supermarketech Spar ochutnávkové akce. Na které pobočce a kdy se S-Budget Turbo hlídka ukáže, se zákazníci dozvědí na webových stránkách www.s-budget.cz,“ dodává.



PIAF změnil způsob hodnocení nápadů

Mezinárodní festival reklamy PIAF poprvé zcela mění klasické kategorie běžné na většině kreativních klání. Reaguje na komplexnost současné reklamy a marketingu a zaměří se na její tři klíčové aspekty (skupiny kategorií): „Kreativní branding, marketing a prodej“, „Kreativní nápad“ a „Umění doručit“. Příběh budování značek potom PIAF sleduje ve dvanácti krocích, které tvoří zároveň dvanáct kategorií. V každé mohou být uděleny zlaté, stříbrné a bronzové ceny. Navíc přidává letos PIAF kategorii pro reklamní zakázky státu a jeho institucí na různých úrovních včetně podpory turismu, náborových, evropských kampaní, měst i krajů. Do soutěže lze přihlašovat práce nasazené od 1. 4. 2010 do 1. 5. 2011. Příklady dalších prací a informace na www.piaf.cz.

Regal 2/2011

vyšel 18. 2.

V čísle mj. najdete:

- Retail Summit 2011
- Jaká je cena cenových válek?
- Hry a hračky

Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Průzkum potvrdil nelidské podmínky

Z nejnovějšího výzkumu Společnosti pro Fair Trade mezi dělníky vietnamských továren vyplývá, že průměrná pracovní doba je zde až 16 hodin denně 6 dní v týdnu. Dělníci pracují za minimální mzdu, která stačí jen na základní potraviny. Jsou jim zadržovány mzdy, aby nemohli dát výpověď. Jsou zastrašováni a nemohou zakládat nezávislé odbory. Průzkum odhalil, že pracovní týden dělníků, kteří pracují ve vietnamských továrnách dodávajících pro značky Vaude, Tatonka či Columbia, může mít s přesčasy až 96 hodin.

Mezi příklady dobré praxe lze uvést firmy Mammut, Odlo či Jack Wolfskin, které jsou členy mezinárodní iniciativy Fear Wear Foundation (FWF). Při zakoupení oblečení těchto značek lze mít jistotu, že bylo vyrobeno za eticky přijatelných podmínek. Realizují např. velké množství nezávislých sociálních auditů a zavázaly se, že budou odebírat pouze od těch dodavatelů, kteří platí dělníkům mzdu, jež pokrývá minimální životní náklady.

ProLogis ve střední a východní Evropě

ProLogis, poskytovatel distribučních nemovitostí ve střední a východní Evropě, nyní nabízí více než 3,7 mil. m² prostor ve 40 parcích. Působení na pěti regionálních trzích (v ČR, SR, Polsku, Rumunsku a Maďarsku) koordinuje hlavní kancelář ve Varšavě. Loni pronajal více než 1 mil. m² a v regionu měl více než 40% podíl na trhu, pokud jde o objem transakcí dokončených v roce 2010. Jde o rekordní výsledek za posledních třináct let působení společnosti.

„Optimistické ekonomické předpovědi pro střední a východní Evropu jsou povzbuzivé a věříme, že v roce 2011 povedou k dalšímu rozvoji trhu moderních distribučních nemovitostí,“ říká Ben Bannatyne, managing director společnosti ProLogis pro střední a východní Evropu. „Očekáváme zvýšenou poptávku, a to především od společností působících v logistickém sektoru a od expandujících maloobchodníků a výrobců. Je důležité poznamenat, že díky klesajícímu počtu volných skladových prostor bude tento rok možná poslední příležitost pro zákazníky získat průmyslové prostory za relativně nízké náklady.“

Retail in Detail/Fresh Food 2011

V pražském hotelu Olympik Artemis se 23. 3. uskuteční 15. ročník specializované obchodní konference z řady Retail in Detail na téma Fresh Food 2011. Zaměří se na jedno z nejžhavějších témat maloobchodu v CEE regionu, a to optimalizaci nabídky čerstvého zboží. Tato „megakategorie“ se výrazně podílí na vytváření image obchodníka a jeho odlišení od konkurence a do značné míry definuje i cenové vnímání prodejny. Přitom je o tomto významném segmentu k dispozici daleko méně informací a znalostí než o kategoriích balených trvanlivých potravin, nápojů či nepotravinářského zboží. Zároveň se v něm koncentruje celá řada potenciálních problémů (např. z hlediska citlivosti spotřebitelů na kauzy kontaminovaných potravin), ale i příležitostí (např. společná snaha výrobců a obchodníků zvýšit atraktivitu a odbyt čerstvých potravin, zejména českého/lokalního původu). Více na <http://retail-in-detail.retailinfo.cz>.

Nátěr Johnstone's získal značku Ecolabel

Interiérový nátěr Johnstone's Covaplus Vinyl Matt získal nově „eko značku“ Ecolabel, udělovanou výrobkům s minimálním negativním dopadem na životní prostředí. Označení představuje systém, který zavazuje výrobce prodávat produkty, které jsou k životnímu prostředí ohleduplné, a to po celou dobu jejich životního cyklu. Tuto známku mohou získat jen výrobky odpovídající přísným ekologickým normám nastaveným EU. Johnstone's Covaplus Vinyl Matt je součástí nové řady s označením Ecological Solutions from PPG (Ekologická řešení od PPG), která zahrnuje výrobky, jejichž produkce, nákup, používání i likvidace respektuje požadavky na snížení negativních dopadů na životní prostředí. Více informací na stránkách <http://www.johnstonestrade.com/ecolabel>.



BellaDati business intelligence

BellaDati business intelligence v cloudu představil 23. 2. její český výrobce, společnost Trgiman. První měsíc na českém trhu přinesl zájem zákazníků z pojišťovnictví, médií, těžkého průmyslu a obchodu. Uvedeny byly novinky v BellaDati 2.4 včetně on-line obchodu s analytickými daty Mercato a podpory mobilních zařízení. BellaDati zamířilo i na mezinárodní trhy, nyní se soustředí na EU a především na DACH region a Velkou Británii. Jako první BI se BellaDati objevilo na obchodu Chrome Web store, což jí získalo pozornost i u společností ze Spojených arabských emirátů. Martin Trgiňa, CEO Trgiman, představil také plán na nadcházející finanční rok: „Do konce našeho FY 2011 bychom rádi dosáhli až 58 % obrátu z tarifů, licencí a služeb pro cloud a on-premise verze BellaDati v cenových kategoriích Enterprise a Unlimited.“ Další novinkou je podpora mobilních zařízení. Manažer teď může sledovat a komentovat analýzy ze zařízení jako iPad, Nokia N8 nebo iPhone všude, kde je dostupný internet.

Transit zmrazil úroky

České zastoupení společnosti Ford Motor Company se rozhodlo podchytit pomalu stoupající zájem o lehké užitkové vozy a pomoci tak firmám i živnostníkům, kteří s přicházejícím ekonomickým růstem potřebují obnovit svůj vozový park. Ford proto zavádí úvěr Transit Zero. Je to úvěr s nulovým navýšením – a to při akontaci již od pouhých 20 % z ceny vozu. To v praxi znamená, že podnikatel dostane peníze vynaložené na zálohu zpět formou vráceného DPH (jde o úvěr, nikoli leasing, takže vůz je od začátku majetkem podnikatele) a pak už jen splácí pravidelné splátky. „Naším cílem je nejenom prodávat užitkové automobily, ale také podpořit podnikatelské aktivity našich zákazníků. Proto se jim snažíme co nejpozorněji naslouchat a nabízet jim takové finanční produkty, jaké právě potřebují,“ vysvětluje Vladan Rojíček, generální ředitel, FCE Credit.



Stock Plzeň posílil pozici

Společnost Stock Plzeň – Božkov v roce 2010 dále posílila svoji pozici největšího výrobce a prodejce lihovin v ČR. Prodeje firmy sice meziročně poklesly, ale propad celkového trhu lihovin byl podstatně výraznější. Díky tomu vzrostl tržní podíl Stocku Plzeň v maloobchodě i gastronomii. „Situace na trhu byla v loňském roce zásadně ovlivněna zvýšením spotřební daně, které se promítlo do růstu cen lihovin a následně do oslabení poptávky spotřebitelů,“ uvádí generální ředitel Stocku Plzeň Petr Pavlík. Prodeje lihovin v maloobchodních řetězcích spadly loni celkově o 6,8 %. V případě Stocku Plzeň činil meziroční pokles 5,6 %. Tržní podíl společnosti v off trade tak vzrostl na 35,4 %. V desítku značek, které zákazníci v maloobchodech nejvíce nakupovali, má Stock Plzeň pět zástupců, vůbec nejprodávanější značkou byl Božkov Tuzemský. V žebříčku TOP 10 z portfolia Stocku Plzeň figurují také Fernet Stock (3. místo), Božkov Vodka (4.), Fernet Stock Citrus (7.) a Amundsen Vodka (10.).

Nová generace výrobků pro retail

Společnost Motorola Solutions, dříve Motorola, Inc., představila svou vizi nové generace řešení podnikové mobility, která reaguje na stále rostoucí počet mobilních pracovníků, usnadňuje získání přehledu o majetku v reálném čase a zapojuje stále informovanějšího a chytřejšího zákazníka. Zprvu se zaměřuje na maloobchodní sféru a bude se pomoci svého celistvého přístupu snažit definovat komplexní technologická řešení, která pomohou přeměnit podniky na ještě produktivnější a výnosnější společnosti. Firma také představila prezenční imager DS9208, přenosný imager DS4208, průmyslový mobilní terminál MC9190-G a ohlásila TEAM Express jako standardní prvek v rámci svého portfolia hlasových mobilních terminálů, které umožňují komunikaci typu push-to-talk mezi více odlišnými zařízeními.

Aastra na CeBITu

U příležitosti letošního veletrhu CeBIT (1. až 5. 3.) v Hannoveru představí Aastra, globální poskytovatel řešení podnikových komunikací, novou platformu pro řešení Unified Communications (UC) pro malé a střední podniky. Jedná se o novou řadu Aastra 400, komunikační řešení pro podniky, které chtějí do svého komunikačního systému kromě telefonie integrovat také další služby jako e-mail, chatování, video a informace o přítomnosti.

„Řešení UC již není vyhrazeno pouze velkým podnikům. Z předností nové technologie mohou nyní profitovat i menší podniky. S řešením Aastra 400 usnadňujeme těmto firmám přechod k VoIP,“ říká Thomas Stephan, vedoucí produktového managementu pro oblast SMB, Aastra. Řada Aastra 400 se skládá ze tří komunikačních serverů: Aastra 415 (max. 12 účastníků), Aastra 430 (max. 50 účastníků) a Aastra 470 (max. 400, v síti až 600 účastníků). Plánované zahájení prodeje pro ČR bylo stanoveno na letošní podzim.

Tržby skupiny Touax vzrostly

Francouzská skupina Touax, poskytovatel služeb operativního leasingu v oblasti námořních kontejnerů, modulových staveb, říčních nákladních člunů a nákladních železničních vagonů, do které patří i na domácím trhu působící výrobce obytných modulů společnost Touax, zvýšila v roce 2010 celkové tržby o 11 % na 302 mil. eur. Tržby z pronájmů vrostly o 6 %, tržby z prodeje si výrazně polepšily o 27 %. Neauditované tržby dosáhly 556 mil. Kč.

„Jsme velmi potěšeni loňským zvýšením tržeb skupiny Touax, která tak dokázala využít známek zotavení na všech svých zájmových trzích a podpořila rozvoj své klíčové oblasti podnikání, operativního leasingu, a i dále rozvíjela prodejní byznys. Ziskovost by se letos měla zvýšit díky nárůstu prodeje, vyšším denním nájemním sazbám a lepším míram využití nájemního parku,“ komentují ředitelé společnosti Fabrice a Raphaël Walewski.

Jak mohou firmy růst, když trh stagnuje

Dne 16. února 2011 proběhla v prostorách hotelu Carlo IV. Boscolo v Praze konference SAS Forum Praha 2011. Stejně jako v loňském roce poskytla prostor pro setkání nad otázkami byznysu, které pálí firmy napříč celým trhem. Letošní klíčové téma znělo: Jak může společnost růst i v době stagnace trhu? Je tím pravým receptem růst prostřednictvím inovací? Zákazníka? Skrytých rezerv?

„Fakt, že jsou tato témata skutečně číslem jedna v každodenním životě firem, dokládá i obrovský nárůst účastníků konference,“ říká Petra Lávičková, marketingová a PR manažerka společnosti SAS. Zatímco v loňském roce se konference zúčastnilo kolem 250 účastníků, letošní SAS Forum přivítalo na čtyři stovky těch, kteří si přišli poslechnout, jak se připravit na budoucnost. Více na <http://extranet.conpro.cz>.

Česká značka Lybar slaví 45. výročí

Český výrobce aerodisperzních přípravků a vlasové kosmetiky, společnost Lybar, v letošním roce slaví 45. výročí výroby prvního laku na vlasy značky Lybar.

„Jedinečnost a prvenství našich laků na vlasy vychází zejména z dlouholeté zkušenosti a inovací, kterými se snažíme plnit požadavky našich zákazníků. Neustále tak hledáme nové cesty ke zdokonalení jednotlivých výrobků a nabízíme klientům doslova inovativní produkty,“ říká Miroslav Labanič, generální ředitel společnosti Lybar, a dodává, „jsem velmi rád, že se nám naše práce daří, o čemž jistě svědčí i výše prodejů a tržních podílů jak v České republice, tak na Slovensku, kde laky na vlasy Lybar patří k nejprodávanějším značkám. S tím souvisí i její tržní podíl, který byl v roce 2010 v České republice 11 procent.“



Mitsui-Soko prodlužuje pronájem v Plzni

Japonská logistická společnost Mitsui-Soko prodloužila nájemní smlouvu v plzeňském logistickém parku. Firma, která si pronajala téměř 6400 m² skladových prostor a přes 400 m² kanceláří v objektu Plzeň West Business Center, poskytuje logistické služby především japonským automobilovým a elektroprůmyslovým firmám. „Lokalita v Plzni se Mitsui-Soko osvědčila. A protože má firma v České republice dlouhodobé plány, chtěla si zajistit pronájem na další roky. Současně chtěla využít aktuální situace na trhu průmyslových nemovitostí a pro další období si vyjednat co nejvýhodnější podmínky. Poradenská společnost Cushman & Wakefield zastupovala Mitsui-Soko před několika měsíci v obdobné transakci v jiné lokalitě,“ říká Mayumi Yokozeki z průmyslového týmu C&W, která se na transakci přímo podílela. Developerem parku je společnost Amesbury. Celková plocha je přes 22 tisíc m² a park je plně pronajat.

Spotřebitelská soutěž Henkel ČR

Spotřebitelská soutěž Henkel ČR s mottem Pojed' fandit i Ty! odstartovala 28. 2. 2011 a skončí 24. 4. Každý zákazník, který si v té době koupí výrobek značky Ceresit a zašle SMS s údaji z účtenky, se zařadí do soutěže o zajímavé ceny. Losovat se bude každý z 56 dnů trvání soutěže a hlavní cenu – dva lístky na zápas české reprezentace v základní skupině MS v hokeji – vyhraje každý den ten soutěžící, jehož SMS bude v daný den doručena jako 10. v pořadí. V osudí jsou připraveny i hokejové dresy, fanclíky šály, pišťalky a další drobné výhry. Pro příznivce hokeje je připraven opět webový portál www.pojedfandit.cz, věnovaný hokejovému mistrovství. Na soutěž budou v místech prodeje upozorňovat info letáky, regálové poutače a další výstupy.



Tipy na české aplikace ke stažení

Další tipy na české aplikace, které jsou zdarma ke stažení, představuje Ovi Obchod. První z nich je Alkohol tester; aplikace, která orientačně vypočítá obsah alkoholu v krvi. Zdarma je možné ji stáhnout v Ovi Obchodě: <http://store.ovi.com/content/102130>.

Druhým tipem je aplikace MobilSlevy, se kterou lze mít výhodné nabídky nejznámějších serverů z celkem jedenácti měst vždy rychle po ruce. Aplikace MobilSlevy je zdarma ke stažení v Ovi Obchodě: <http://store.ovi.com/content/100581>.

Microsoft a T-Systems pro Shell

Společnosti Microsoft a T-Systems podepsaly rozsáhlou pětiletou smlouvu, která zaměstnancům koncernu Shell umožní celosvětovou spolupráci on-line. Shell bude přes web dynamicky nakupovat služby SharePoint.

Shell již používá MS SharePoint jako kolaborační platformu. T-Systems se nyní připravuje virtuálně poskytovat zaměstnancům společnosti Shell ze svého datového centra speciálně přizpůsobenou verzi Microsoft SharePoint k cílovému termínu v dubnu 2011. Zaměstnanci společnosti Shell se tak mohou virtuální práce v cloudu odkudkoli a kdykoli posunout na vyšší úroveň spolupráce.

„Pro nás, jako globálně působící firmu, je SharePoint klíčovým nástrojem hladké spolupráce při projektech s decentralizovanými týmy. Toto spojené řešení nám umožní výrazné snížení nákladů a vyšší flexibilitu,“ říká ředitel IT služeb společnosti Shell Jay Crofts.

Personálie

- Od 1. 2. vede marketing společnosti Danone v ČR a SR Sinead Mc Aleese. Přišla ze stejné pozice v irském Danone, působila také v centrále Danone France. V marketingu se pohybuje dvanáct let, dříve působila i ve firmě Kimberly-Clark. Po odchodu Martina Smejkal v září 2010 řídil marketing přímo tehdy jmenovaný generální ředitel Thibaut Helleputte z Belgie.

- Novou ředitelkou oddělení PR a reklamy Avonu pro ČR a země bývalé Jugoslávie bude Alena Pytlíčková. Působí ve firmě sedm let, pracovala v oddělení podpory prodeje a poté jako senior PR specialist. Nahrazuje Magdalenu Drsovou, která na nastupuje na pozici manažerky PR a marketingu do společnosti H&M.

- Obchodně-marketingovým ředitelem společnosti Vinium Velké Pavlovice, člena finanční skupiny Prosperita Holding, se stal Tomáš Bína. Sedm let pracoval v české pobočce rakouského koncernu Rauch. V průběhu čtrnáctileté praxe působil převážně ve společnostech zaměřených na prodej rychlobrátkového zboží, má zkušenosti i z oblasti farmacie a nonfoodu.

- Manažerem komunikace středoevropské pivovarské skupiny StarBev se stal Lukáš Hora. Je zodpovědný za interní a externí komunikaci skupiny a koordinaci aktivit v této oblasti. Přichází ze společnosti Ahold Czech Republic, kde měl na starosti interní a externí komunikaci a vykonával také funkci tiskového mluvčího. Předtím pracoval čtyři roky v agentuře Mmd Public Relations.