

Pesticidy v biopotravinách?

V prvním květnovém týdnu některá česká média informovala o výsledku kontroly cizorodých látek v potravinách, jež každoročně provádí Státní zemědělská a potravinářská inspekce (SZPI). Mezi pozitivními nálezy byly také biopotraviny.

Dne 7. května v Hospodářských novinách a na TV Prima a následně na několika internetových portálech, které informaci převzaly, byla veřejnost informována o výsledcích „Zprávy o výsledcích plánované kontroly cizorodých látek v potravinách 2009“ SZPI. Informace, uvedené v článku iHNed (jehož zkrácenou verzi převzal do svého květnového vydání i odborný časopis Regal), jsou ovšem podle Toma Václavíka, Green marketing, zcela zavádějící a snažící se vyvolat senzaci. Na tuto skutečnost upozornila také SZPI, tedy autor zprávy, ze které novinářka čerpala. V prohlášení SZPI se mimo jiné píše: „Státní zemědělská a potravinářská inspekce v roce 2009 odebrala 39 vzorků biopotravin. U 10 z nich (8 zahraničních a 2 tuzemských) bylo citlivými laboratorními přístroji zjištěno stopové množství reziduí pesticidů. Všechny tyto hodnoty však vyhověly limitům, které jsou stanoveny v právních předpisech. V žádném případě se nejednalo o nebezpečné potraviny, proto také SZPI neprováděla žádná opatření na trhu. Spotřebitelé tedy nemají důvod se konzumace biopotravin obávat.“ Autorka zmíněného článku kromě jiného píše: „Z 39 testovaných vzorků deset nevyhovělo. Obsahovaly pesticidy. Tedy čtvrtina testovaných bio potravin vůbec bio potraviny nejsou“. To je zavádějící spekulace. Ani jeden ze vzorků biopotravin, které dle zprávy SZPI obsahovaly rezidua, nepřekročil maximální mez pro obsah cizorodých látek, stanovenou nařízením ES. Neporušil tedy žádnou právní normu ani pro potraviny, ani pro biopotraviny. Aby mohla být kterákoli biopotravina zbavena osvědčení, muselo by být prokázáno úmyslné použití zakázaného prostředku, k tomu zatím vůbec nedošlo.

Více na <http://www.bio-info.cz/zpravy/pesticidy-v-biopotravinach-novinari-hledaji-senzaci-za>.

Inovace projektu Intersparu

Obchodní řetězec Interspar odstartoval v polovině dubna ve spolupráci s televizním šéfkuchařem Zdeňkem Pohlreichem úspěšnou kampaň s názvem „Vsaďte se, že uvařím za stovku“. Pro tuto kampaň nyní retailer nabízí také iPhone aplikaci. Společně s agenturou MARK BBDO spouští technickou „kulinářskou pomůcku“ v podobě „mobilní kuchařky“, která představuje novou interaktivní aplikaci do telefonů iPhone. V rámci kampaně byla rovněž spuštěna i video webová stránka, na které diváci nalézají aktuální recepty daného týdne. Kompletní sbírka videoreceptů Zdeňka Pohlreicha z celé kampaně bude pro zájemce dostupná v rámci exkluzivní mimořádné edice DVD kuchařky.

Kampaň Intersparu nabízí od 14. dubna po dobu 12 týdnů každou středu nový recept od Zdeňka Pohlreicha, a to nejen v obchodní síti Interspar, ale rovněž v podobě videoreceptů na speciálních video webových stránkách www.uvaritzastovku.cz.

V týdenním aktuálním videoreceptu předvádí Zdeňěk Pohlreich názorně, jak uvařit jeho recept za stovku ze surovin, které nabízí Interspar v daném týdnu za akční cenu. Videorecept přináší možnost sledovat přípravu pokrmu v čase, který jim vyhovuje, a nejsou tudíž vázání na televizní vysílací časy, které determinují sledování ostatních kuchařských TV pořadů. DVD kuchařka jde ještě o krok dál. „Vysoký zájem o webové stránky s videorecepty vyústil ve vytvoření inovativní DVD kuchařky, která nabízí nejen hobby kuchařům pohodlný a časově nevázaný přístup ke kompletní sbírce Pohlreichových receptů z projektu „Vsaďte se, že uvařím za stovku“,“ říká Petr Jindra, marketingový ředitel společnosti Spar ČOS. DVD kuchařku budou moci zájemci poprvé získat na letošním Prague Food Festivalu.

Nová velkoobchodní prodejna

Specialista na Španělsko, společnost BMC Brno, která se zabývá dovozem španělských vín, brandy, delikates (olivy, olivové oleje, jamón, a další potraviny) a dárkového zboží, otevřela 1. května velkoobchodní prodejnu v Praze. Sídli na adrese Českomoravská 142/18, Praha 9. Vedoucím pobočky je Miroslav Jirásek (tel.: 774 125 506). Více na www.bmcbrno.cz.

Regal 5/2010 vyjde 19. 5.



V ČÍSLE M.J. NAJDETE:

- POS na veletrhu
- Vybavení prodejny
- Chyby v marketingu
- Dresinky, omáčky a další tzv. letní produkty

Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

World Retail Congress 2010

Podle informací společnosti Emap, která je organizátorem kvůli erupci islandského vulkánu odloženého kongresu světového maloobchodu (World Retail Congress, 25. - 27. říjen, Berlín), bude celá akce ještě lepší a větší než se původně plánovalo. Svědčí o tom především zájem ze strany prezentujících, účastníků a hostů. Odborný časopis Regal je, jako již tradičně, exkluzivním českým mediálním partnerem této významné retailové události. Digitální newsletter WRC si lze stáhnout na adrese www.emapconferences.co.uk/wrc v sekci downloads. Stejně tak si je možné objednat zaslání nejnovějších zpráv spojených s WRC na www.worldretailcongress.com.

Verbatim mezi evropskou TOP 3

V roce 2009 zvýšila společnost Verbatim svůj tržní podíl o 20 % oproti roku předchozímu a dostala se tak mezi tři nejprodávavější značky na evropském trhu úložných nosičů. Vyplývá to z tržního průzkumu GfK. Růst Verbatimu nesouvisí jen s posilováním prvenství v oblasti optických disků, ale také se získáním významné části trhu s USB flash disky a přenosnými pevnými disky. Ve finančním roce 2010 chce Verbatim konsolidovat svou pozici a zaměřit se na další růst v těchto produktových segmentech.

Zisk UPS vyskočil o 37 procent

V souladu s výhledem na letošní rok vzrostl společnosti UPS zisk na akcii bez zahrnutí mimořádných položek na 71 centů za první čtvrtletí roku 2010, což představuje 37% nárůst oproti 52 centům za stejné období loňského roku. Příjmy vzrostly o 7 % na 11,7 mld. dolarů. Nárůst v oblasti mezinárodní přepravy a službách pro dodavatelské řetězce, ekonomické oživení a navýšení provozních investic se promítly do nárůstu marže v celém podnikatelském segmentu. Vykázaný zisk na akcii za první čtvrtletí 2010 dosáhl 53 centů v porovnání se 40 centy za stejné období loňského roku, což představuje 33% zlepšení. „Celosvětová strategie UPS v prvním čtvrtletí tohoto roku se jednoznačně ukázala jako pro-

(Pokračování na stránce 2)

Obchod mimořádných nabídek ve Fashion Arena

První pražské outletové centrum Fashion Arena Outlet Center v Praze - Štěrboholicích otevřelo nový, speciální obchod Fashion Street 33. Je určen pro mimořádné nabídky různých značek, které se v obchodě budou střídát zhruba v rozmezí 1-2 měsíců.

Vedle akcí jako Cenový trhák nebo Fashion Weekend by se měl tento obchod stát pro spotřebitele další příležitostí pro ještě výhodnější nakupování, které již tak outletové centrum nabízí tím, že veškeré zboží je vždy minimálně o 30 % levnější ve srovnání s běžnými obchody. Prodejní plochy v prodejně využijí jak značky, které v centru již svůj obchod mají, tak ty, které by si rády otestovaly zájem spotřebitelů o jejich zboží v outletovém centru Fashion Arena. Jako první se zde představí značky Hugo Boss a Strenesse, které na své luxusní oblečení nabídnou od 10.5. do 10.7. výjimečné slevy až 70 %.

Spirit'Prague 2010

Dne 22. června proběhne v pražském hotelu Ambassador Zlatá husa první ročník odborného salonu destilátů a pálenek v České republice. Poprvé mimo území Francie tak umožní setkání výrobců z různých zemí a pozvaných odborníků. Mezi českými zástupci budou dovozci a distributoři, sklepmistři, barmani, zástupci hotelů, restaurací, cateringových společností a další znalci a milovníci destilátů. Od 10,30 do 18,30 budou mít možnost ochutnat jedny z nejlepších světových destilátů a speciality z nejrůznějších oblastí. Kontaktní osoba: Barbora Dufková, koordinátorka projektu (tel.: 234 711 812, e-mail: Barbora.dufkova@ubifrance.fr).

Služba Rest and Shop jako první v České republice

Za přítomnosti zástupců společnosti Rest and Shop, Asociace hotelů a restaurací ČR a dalších partnerů bylo 11. května v pražském Hotelu Kings Court oficiálně zahájeno poskytování nové shopping služby v České republice jako první v rámci Evropy. Ke značkám, které jsou ve zvýhodněné nabídce (20 – 30 % pod běžnou MOC) zastoupeny, patří např. Montblanc, Gucci, Calvin Klein, Versace, Giori, J.O. Wright, Pierre Cardin, Mauritz, Dior či Hugo Boss. Produkty zahrnují značkové hodinky, luxusní parfémy, plnicí pera, zlaté manžetové knoflíky či speciální výrobky pro děti. „Rest and Shop nabízí široký sortiment produktů pro všechny věkové kategorie, ženy i muže. Výrobky jsou dostupné přímo na místě, což zákazníkům šetří jejich čas,“ říká Eric van Dal, chief international development and strategy, Rest and Shop. Podle odhadů by tato služba měla postupně se značkovými produkty propojit 2,2 mil. zákazníků. Více na www.restandshop.cz.



Současný personální trh – válka o talenty

Mezinárodní personální společnost Reed Specialist Recruitment oznámila své plány expanze v ČR a na trzích střední a východní Evropy, včetně otevření nové pobočky v Brně v květnu tohoto roku a v dalších českých regionálních městech v průběhu roku 2010.

Vstup na slovenský trh plánuje společnost na podzim a v tomto roce budou také otevřeny nové pobočky v Polsku a Maďarsku. Jon Hill, country manager firmy pro Českou republiku, říká: „Za hlavní výzvu na českém trhu považujeme zlepšení budování značky zaměstnavatelů. S opětným růstem české ekonomiky se trh mění na zákaznický, což znamená, že je na něm velká poptávka po vhodných talentech. Takové talenty nemohou společnosti získat bez silné image zaměstnavatele; jak my říkáme, současný trh můžeme charakterizovat jako 'válku o talenty'“.

Kampaň značky Smetanito

Od května do prosince bude probíhat celonárodní promoce značky Smetanito. Jde o dlouhodobý věrnostní program s jednoduchou mechanikou zaslání unikátních kódů prostřednictvím SMS nebo webových stránek.

V každé promoční krabičce sýru Smetanito 150 g je kromě kódu umístěn také každý týden nový regionální recept od Filipa Sajlera a Ondřeje Slaniny s tipy na vyváženou stravu, zdravý životní styl a informacemi o prospěšnosti vitamínů a minerálů ukrytých v ingrediencích receptů. Podporu prodeje zajistí promoční obaly, BTL aktivity a interaktivní webové stránky. „Novinkou pro značku Smetanito i spotřebitele je širší internetová podpora kampaně s využitím sociálních sítí a diskusních fór,“ dodává Vlastimil Veselý, marketing director CR, BEL Sýry Česko.



(Pokračování ze stránky 1)

spěšná,“ tvrdí Scott Davis, CEO a předseda představenstva UPS. „Díky šíři našeho produktového portfolia a celofiremním přístupům zaměřeným na řešení zákaznických logistických potřeb se nám podařilo získat nové zakázky. Naše celosvětová integrovaná síť navíc umožnila výrazný nárůst marží. Díky příznivému vývoji celosvětové ekonomiky a dosaženným výsledkům UPS za rok 2010 jsou naše vyhlídky na letošní rok i do budoucna optimistické.“

Fiege se stěhuje do ProLogis Parku

ProLogis, poskytovatel distribučních nemoovitostí, oznámil, že společnost Fiege, poskytující smluvní logistiku, si pronajala 8300 m² skladových prostor v ProLogis Parku Hegyeshalom. Tento industriální park se nachází necelých 10 km od maďarské hranice s Rakouskem a Slovenskem. Díky této transakci nyní ProLogis pronajímá společnosti Fiege více než 121 200 m² průmyslových prostor po celé Evropě. „ProLogis Park Hegyeshalom je náš první projekt v Maďarsku mimo Budapešť,“ říká László Kemenes, viceprezident a market officer společnosti ProLogis v Maďarsku. „Věříme, že toto místo bude strategickým bodem pro regionální logistické aktivity našich zákazníků, a to především díky skutečnosti, že současně těží z blízkosti tří trhů – rakouského, maďarského a slovenského.“

Dobré výsledky MasterCard Europe

Společnost MasterCard Europe oznámila svoje evropské provozní výsledky za první čtvrtletí roku 2010. Evropští spotřebitelé využívají karty značky MasterCard v novém roce ještě více – počet nákupních transakcí vzrostl oproti stejnému období roku 2009 o 14,1 % a potvrdil tak trend nárůstu elektronických plateb v regionu. „Letošní rok začal pro společnost MasterCard v Evropě úspěšně. Jelikož hospodářská krize dále pokračuje, spotřebitelé se při platbách kartami čím dál více zaměřují na přidanou hodnotu. Peníze si vydělávají tvrdou prací a na oplátku očekávají, že karetní program bude tvrdě pracovat v jejich prospěch,“ uvádí Javier Perez, prezident společnosti MasterCard Europe.

Úspěšný start Henkelu

Společnost Henkel zveřejnila výsledky za první čtvrtletí tohoto roku - obrát vzrostl o 7,8 % na 3 512 mil. eur, organický růst obrátu dosáhl 8,8 %, upravený provozní zisk: zvýšení o 79,1 % na 421 mil. eur, upravená marže EBIT: růst o 4,8 procentního bodu na 12,0 % a upravené výnosy na preferenční akcii vyšší o 93,5 %. „Společnost má za sebou dobrý start do nového roku, na němž se podílely všechny naše obchodní divize. Navzdory trvale složitému prostředí divize pracích a čistících prostředků a divize kosmetiky pokračovaly ve svém úspěšném vývoji z posledních čtvrtletí, zatímco lepidla a technologie opět obnovily (Pokračování na stránce 3)