

DAGO

**OŽIVENÝ MODEL AUTA
OVLÁDL PRODEJNY TESCO
A GLOBUS**

Praha/ek – Výrobce cukrovinek, žvýkaček a krmiv Mars v červnu zrealizoval kampaň „Dojed' svěží v novém autě!“ pro žvýkačky Orbit a Airwaves. Zvolil formu soutěže, v níž lidé mohli vyhrát Volkswagen T-Roc. Speciálně pro návštěvníky prodejny Tesco a Globus na akci upozorňovala jednapaletová interaktivní vystavení, které vyrobila společnost DAGO. Pozornost poutala hlavně modelem auta s interaktivními prvky. Zprávu o hlavní výhře soutěže i poselství celé kampaně umocňuje nejviditelnější prvek vystavení. Zmenšenina Volkswagenu T-Roc si při výrobě vyžádala speciální postupy. „Chtěli jsme vytvořit co nejvěrnější miniaturu včetně zaoblených tvarů. Jenže lepenka, která na vystavení převládá, se špatně ohýbá a tvaruje. Proto jsme si vyžádali drátěnou maketu v životní velikosti, podle níž jsme miniaturu vymodelovali snadněji. Veškerý vývoj modelu jsme konzultovali s centrálními Volkswagenu v Německu, aby co



nejvíce odpovídal skutečnosti,“ popisuje projektová manažerka z firmy DAGO Eva Perglová.

SKUPINA THIMM

**EXPANZE V POLSKU: TOP
PACKAGING PŘEBÍRÁ UNITED
PACKAGING**

Norheim/ek – Skupina THIMM s hlavním sídlem v dolnosaském Norheimu pokračuje ve svém růstu a expanduje v Polsku. Joint Venture TOP Packaging v jihopolském Tychy kupuje místního dodavatele obalů z vlnité lepenky United Packaging SA ve Skarbimierz blízko Vratislavi. Převzetí závodu s více než 100 zaměstnanci se uskutečnilo se souhlasem polského kartelového úřadu.

Joint Venture TOP Packaging existuje od roku 2011. THIMM drží 51% podíl, 49% patří španělské skupině Saica, jednomu z největších evropských výrobců recyklovaného papíru pro výrobu vlnité lepenky. Oba rodinné podniky spolupracují od konce 90. let minulého století v úspěšné strategické prodejní alianci. TOP Packaging v Tychy zaměstnává 240 pracovníků a v roce 2018 společnost zaznamenala obrát zhruba 40 mil. eur.

Polský trh je jeden z nejdůležitějších trhů střední a východní Evropy. Rozšířením výrobních kapacit pokračuje THIMM ve své strategii růstu a díky nové pobočce v Skarbimierz a kratším dodacím vzdálenostem je zákazníkům blíže. Momentálně skupina THIMM vyrábí a poskytuje poradenské služby na 19 pobočkách v šesti zemích. V roce 2018 hospodařila s obrátem 645 mil. eur.

KAUFLAND

**MODERNIZOVANÁ PRODEJNA
V OSTRAVĚ LÁKÁ NA NOVINKY**

Praha/ek – Digitální informační obrazovky, přehledný orientační systém, zóna se samoobslužnými pokladnami, moderní masový a rybí pult i oddělení bezlepkových, bezlaktózových a bio

výrobků. To vše a spousta dalších novinek je součástí zmodernizované prodejny obchodního řetězce Kaufland v Ostravě – Vítkovická, která se zákazníkům v nové podobě představila 28. srpna.

Zákazníci se vedle moderního interiéru mohou těšit také na inovace, které jim nákup zjednoduší. Jednou z nich je tzv. digital signage – venkovní i vnitřní digitální obrazovky informující o sortimentu a aktuálních akčních nabídkách. K rychlému odbavení nákupu poslouží zóna samoobslužných pokladen.



V loňském roce otevřel řetězec čtyři nové prodejny a sedm stávajících zmodernizoval, letos přibyla nová prodejna v Ostrově nad Ohří a zmodernizované prodejny v Blansku a v Praze-Podbabě. Celková investice v minulém roce přesáhla 120 mil. eur.

PILULKA

**TRŽBY ZA 1. POLOLETÍ PŘESÁHLY
1 MILIARDU**

Praha/ek – Skupina Pilulka, působící kromě České republiky i na Slovensku a v Rumunsku, vykázala meziroční nárůst tržeb za první pololetí o 31% a utržila 1,06 mld. Kč. Na tržbách se největší měrou podílela internetová divize, dále pak kamenné Pilulka lékárny včetně Pilulka franchise lékáren.



Foto: Pilulka

„Druhá polovina roku je tržbami vždy o více jak 30% silnější než ta první. Důvodem je zejména vánoční sezóna, která každoročně začíná již koncem října. V druhé polovině roku nás čeká mnoho nových projektů. Spustíme nové logistické sklady jak v Česku, tak na Slovensku. Celkově tak skladová plocha pro internetový výdej přesáhne 5 000 m². Na řadu přijde také celá řada služeb pro zákazníky, s jejichž spuštěním jsme čekali na nové webové stránky ve všech zemích, ve kterých Pilulka působí. Nadále budeme rozšiřovat síť franchisových lékáren a v případě zajímavých akvizičních cílů pak i vlastní Pilulka lékárny. V neposlední řadě plánujeme také přestavbu a relokaci několika Pilulka lékáren,“ dodává Martin Kasa, spolumajitel Pilulky.

Pilulka.cz plánuje v letošním roce utržit zásilkově více jak 1 mld. Kč (do zásilkových tržeb nejsou počítány rezervace v kamenných lékárnách). Tržby celé skupiny včetně franchise partnerů by měly přesáhnout 2,5 mld. Kč.

AČTO

**ODPOVĚDNOST ZA KVALITU ZBOŽÍ MUSÍ NĚST
VÝROBCE**

Praha/ek – Podle současné praxe odpovídá za kvalitu prodávajícího zboží prodejce. To se nelíbí českým nezávislým obchodníkům sdruženým v AČTO, kteří upozorňují na fakt, že současná praxe se opírá o poněkud vágní legislativní formulaci. V současnosti je diskuse o to intenzivnější, neboť úzce souvisí také s řešením problematiky dvojí kvality. Dotýká se i připravované novely zákona o významné tržní síle. Aniž by to bylo explicitně definováno, vžil se do praxe úzus, který říká, že obchodník uvádí zboží na trh, a je tím tedy plně zodpovědný za jeho nezávadnost a kvalitu.

„Jsme přesvědčeni, že není správné činit obchodníka odpovědným za špatnou kvalitu či skrytou vadu výrobku, kterou nemá jakoukoliv šanci ovlivnit,“ říká Zdeněk Juračka, předseda Asociace českého tradičního obchodu (AČTO). Praxe

dlouhé roky funguje tak, že pokud kontrolní orgán odhalí na prodejně závadný výrobek, je za to postižen obchodník. V případě pochybností má pak možnost vymáhat náhradu škody na výrobci či dodavateli. Spor pak často končí u soudu, táhne se řadu let a mnohdy se stává, že dodavatel již „neexistuje“. I když se prokáže, že špatnou kvalitu nezavinil obchodník, ale výrobce či dodavatel, který zboží obchodníkovi poskytl, náhrada je v nedohlednu. Jediným poškozeným tak zůstává obchodník.

„Především v případě značkových výrobků jde proti logické i věcné správnosti, aby za zboží ručil obchodník, který je de facto pouze distributorem zboží, jehož kvalitu a složení nemůže ovlivnit. Má snad obchodník šanci poznat, že koření obsahuje škodliviny nebo že nápoj slavné značky má jiné složení, než deklaruje?“ ptá se Petr Morava, generální ředitel obchodní aliance ČEPOS a člen představenstva AČTO. Nezávislí obchodníci se nezřikají odpovědnosti v případě privátních značek, kde je situace rozdílná.

INZERCE



the
Pet+

www.thepetplus.cz

**NÁŠ
NEJLEPŠÍ
ÚLOVEK**

Funkční pochoutky thePet+ představují unikátní spojení chutné odměny a zdraví prospěšných složek. Pochoutky jsou extra chutné, obsažené bylinky a funkční složky jako L-carnitin, prebiotika či organický selen cíleně napomáhají při podpoře dobré kondice domácích mazlíčků. Pochoutky thePet+ jsou vyrobeny v České republice, z nejlepších surovin a v superpremiové kvalitě.

CHUTNÁ – PROSPÍVÁ – ODMĚŇUJE