

instore

ČÍSLO 6, ROČ. 21. • SEPTEMBER 2023 • WWW.INSTORESLOVAKIA.SK



20 ROKOV NA TRHU

ŠPECIALISTI NA DODÁVATEĽSKÝ REŤAZEC



SANTOS DUMONT

ANNO 1873



SANTOS DUMONT
PALMIRA

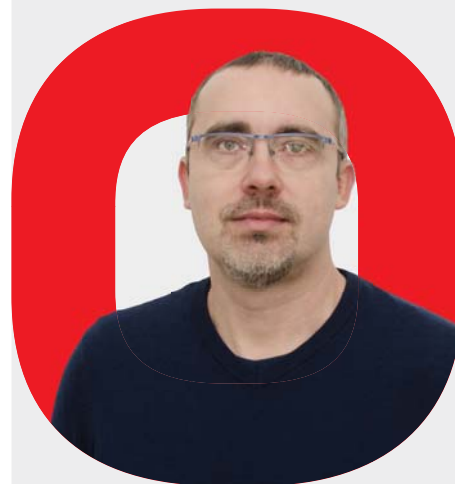
SANTOS DUMONT
XO

SANTOS DUMONT
ELIXIR



NA SLOVENSKU DISTRIBUUJE SVET NÁPOJOV S.R.O. / INFO@SVETNAPOJOV.SK / WWW.SVETNAPOJOV.SK

Na vysvetlenie niektorých fenoménov už nepostačujú prieskumy a sociológia a jej jednotlivé pod-odbory. A netýka sa to len politiky, vzťahov k menšinám alebo národného uvedomenia, ale aj maloobchodu. Antropológia vidí širší kontext a vnáša do problematiky nové uhly pohľadu, novú terminológiu a často presnejšie, výstižnejšie popisuje rôzne javy či správanie. Podobne je to tak v oblasti retailovej antropológie. Nákupné správanie tiež ovplyvňujú sociálne siete so všetkými „komnatami ozvien“ a „filtročnými bublinami“, umelou inteligenciou a algoritmami. Cieľová skupina nakupujúcich je ťažšie definovateľná a často sa správa nepredvídateľne. Bude zrejme potrebné nazrieť hlbšie alebo inak na to, kde pramení nostalgia, dôvera, lojalita alebo čo ovplyvňuje zákaznícke preferencie.



Ing. Juraj Púchlo
šéfredaktor **hstore** Slovakia

Tip redakcie

Juraj Buzalka je sociálny antropológ, pôsobí na Univerzite Komenského v Bratislave. V knihe „Postsedliaci: Slovenský ľudový protest“ nemilosrdne pozerá na Slovákov, vecne a kriticky komentuje naše ilúzie o sebe i naše utkvelé predstavy o fungovaní sveta. Názov Postsedliaci nemá nikoho urážať, ale pomenúva moderných Slovákov, ktorí veria v ideál domoviny z agrárnych čias a podľa toho sa aj správajú.



redakčná rada:

doc. MUDr. Peter Minárik, PhD., MSc.
Biomedicínske centrum Slovenskej akadémie vied,
Slovenská obezitologická asociácia,
Ing. Viliam Matušek, Bálame obchodu, a. s. Poprad
Ing. Ivana Orviská, P- Automobil-Import s.r.o. membre of
GROUP EMIL FREY
RNDr. Pavel Rác, INTERPHARM Slovakia, a. s.
Markéta Světlíková, CHANCE, a. s.
Ing. Margaréta Fabiánová, GF Consulting, s.r.o.
Monika Červenák, Sales Director, SEE region,
DS Smith - Packaging Division,

vydavateľ:

Events & Publishing s.r.o., Azalková 4, 821 01 Bratislava,
IČO: 53 073 23, Číslo vložky: 48919/V

poštová adresa:

Azalková 4, 82101 Bratislava

kontaktné údaje:

ciernikova@instoreslovakia.sk
www.instoreslovakia.sk

registrácia printovej verzie:

ISSN 1336-2348,
MK SR pod č. 2958/2003, EV 3879/09

ročné predplatné:

34,- EUR bez DPH / 40,80 EUR vrátane DPH 20 %

ročník a číslo:

21 / 6 - 2023

periodicita:

deväťkrát ročne

šéfredaktor:

Ing. Juraj Púchlo, puchlo@instoreslovakia.sk
+421 948 303 723

spolupracovníci redakcie:

PhDr. Miloš Nemeček

obchodná riaditeľka:

Mgr. Jana Čierniková Kolesárová,
ciernikova@instoreslovakia.sk,
+421 915 727 917

označenie:

(kp) – komerčná prezentácia, (ptl) – platená textová
inzercia
Redakcia nezodpovedá za obsah inzercie.

foto:

www.shutterstock.com, www.dreamstime.com,
www.pixabay.com, www.unsplash.com, www.pexels.com,
redakčné a ilustračné foto, foto prispievateľov

grafika:

Vladimír Minda - yodea. s.r.o., www.yodea.sk

tlač:

ForPress NITRIANSKE TLAČIARNE s.r.o.
Potravínárska 6, 949 01 Nitra, Slovakia



place

Euroshop 2023: Roboty, samoobsluhy a umělá inteligencia	8
Internetové predajne POZOR!	9
Tridsať úspešných rokov spoločnosti LABAŠ	10
Digitálne platby sú kľúčovou súčasťou každého moderného podniku	12
Coop v Čechách je lídrom v počte hybridných predajní	14
Nabíjačky sú súčasťou agendy ESG (2. časť)	17

promotion

Smurfit Kappa Obaly Štúrovo: Tvorivé oslavy polstoročného jubilea	18
Visa Slovak Top Shop vstupuje do tretieho roku pôsobenia v SR	20

people

Z home office späť do kancelárií (1. časť)	22
Business Coffee - Návrat ku koreňom	24
Oberú nás roboty o prácu?	26

price

Lidl prináša Slovensku viac ako 1,6 miliardy EUR ročne	28
Nový PEUGEOT 308 SW Plug-in hybrid	29

product

Domácnosti objavujú rastlinné alternatívy	30
Ryba Žilina ponúka široké vegánske portfólio	32
Rastlinné alternatívy mliečnych výrobkov neľadajú len vegáni	34
Pre konzervované potraviny chodíme do hyper a supermarketov	36
Za čerstvé ovocie a zeleninu vynaloží domácnosť viac ako 436 EUR ročne	38
Hodovanie u Dobrého ježka a umenie ovocinárov	40
Pipidu. Nová značka vajec z voľného výbehu na slovenskom trhu	42
Najväčším prispievateľom FAIRTRADE na Slovensku je Lidl	44

instore insider

Čomu venujeme pozornosť pri výbere detskej kozmetiky?	45
---	----

Bratislavský Aupark získal prestížny energetický certifikát

Nákupné centrum Aupark dosiahlo významný míľnik v oblasti udržateľnosti. So získaním nového Energetického certifikátu sa jeho hodnotenie posunulo z kategórie „B“ na hodnotenie „A“. Výborné hodnotenie je dôkazom systematického prístupu nákupného centra k energetickým otázkam a ich angažovanosti v oblasti ochrany životného prostredia, pričom poukazuje na technické inovácie a modernizácie v samotnom centre, ale tiež zdôrazňuje záväzok k zodpovednému podnikaniu a k ochrane planéty. „V Auparku prioritne kladieme dôraz na komfort našich návštevníkov a zároveň na ekologickú udržateľnosť,“ uviedla Veronika Košická, riaditeľka nákupného centra. Aupark je prvým obchodným centrom na Slovensku, ktoré bolo v programe BREEAM In-Use ohodnotený známku „double Excellent“.

Zdroj: Unw.com



Otvorili retail park Klokán v Chorvátskom Grobe

„Klokán – obľúbené nákupy na skok“ už má po Zvolene druhý objekt. KLM real estate a.s. ho vybudovala v Chorvátskom Grobe. Je tu kombináciu viacerých zelených opatrení. Nechýbajú zelené strechy, ktoré pomôžu v zadržiavaní dažďovej vody v území, ale aj schopnosti znižovať v lete teplotu vo vnútri budovy až o 3 stupne Celzia. Rovnako tak budú spolu

s vysadenými stromami a zelenými stenami pomáhať znižovať prašnosť a CO₂ z dopravy a sú súčasťou prevencie pred prívalovými dažďami. Na parkovacích miestach sú retenčné dlaždice. V retail parku sú prevádzky BILLA, Tedi, Gate, Sinsay, Pepco, KiK, lekáreň Vesna, dm drogerie markt, Super zoo aj Pizza Red Fox. Po dokončení II. fázy bude mať projekt vyše 6000 m² prenajímateľnej plochy.

Zdroj: Klmre.sk

V Rimavskej Sobote je vynovené centrum Spektrum

Vynovený retail park Spektrum, ktorý v priestoroch centra pri bývalej Hypernove vybudovala developerská spoločnosť Mayflower Group, otvorili v Rimavskej Sobote. Na ploche 6 100 m² sú prevádzky Tesco, JYSK a KiK, Super zoo, lekáreň Dr. Max či pobočka siete 101 drogerie.

Svoju prvú prevádzku v meste tu otvorili aj značky Sinsay a Action. Zákazníkom bude k dispozícii viac ako 240 parkovacích miest vrátane nabíjačiek pre elektromobily. Investícia do projektu je približne 10,5 milióna EUR. Súčasťou zelených riešení sú tepelné čerpadlá, ktoré nahradili pôvodné plynové kotle, či inovatívne a šetrnejšie LED svietidlá s časovačmi. V ďalšej fáze developer plánuje inštalovať fotovoltaické panely. Developer chce v rozširovaní značky centier Spektrum pokračovať. Najbližšie má naplánované otvorenie projektu v Ružomberku v marci 2024.

Zdroj: Mayflower.sk



E-shopy MODIVO a eobuv.sk majú svoju prvú kamennú predajňu na Slovensku

Eobuv.sk a zóna MODIVO v nákupnom centre Eurovea 2 v Bratislave spájajú portfólio niekoľkých stoviek značiek, medzi nimi napríklad New Balance, Boss, Guess či Karl Lagerfeld. „Dvojpredajňa“ sa vyznačuje plnou digitalizáciou a modernými riešeniami. Produkty nie sú fyzicky vystavené

na policiach alebo vešiakoch. Srdcom predajne je sklad, ktorý má takmer 40 000 položiek, ktoré sú dostupné ihneď. V predajni sú pohodlné široké pohovky. Každý z nich je priradený jeden zo 68 multimediálnych tabletov, ktoré umožňujú objednať si daný produkt na vyskúšanie. Objednaný tovar personál predajne doručí priamo zákazníkovi alebo do niektorej z 9 priestraných skúšobných kabínok. Pre poľskú spoločnosť MODIVO SA je to už 48. kamenná predajňa eobuv.sk a MODIVO.

Zdroj: Eobuv.sk, Modivo.sk

Forbes: Americká spoločnosť Tapestry (má značky ako Jimmy Choo, Versace) kúpi za 8,5 miliardy USD (7,94 mld. EUR) firmu Capri Holdings, majiteľa značky Michael Kors a mnohých ďalších.

Esmmagazine.com: PepsiCo plánuje v USA a Kanade nahradiť plastové obaly v multibaleníach nápojov papierovými riešeniami. Iniciatíva je súčasťou stratégie pep+ (PepsiCo Positive). PepsiCo bude pre svoje multibalenia používať lepenkové obaly (wrap) a lepenkové klipsy (clip) namiesto tradičných plastových krúžkov u produktov Pepsi, Pepsi Zero, MTN DEW, Starry, Gatorade a 7Up. Nový obal sa dá jednoducho vložiť do regálu a pre zákazníkov má spotrebiteľsky príjemný dizajn. Je vyrobený z recyklovaných materiálov a je zároveň znovurecyklovateľný.

Lupa.cz: Pôvodne česká platobná brána GoPay zmenila majiteľa. Francúzsky podnik Wordline, ktorý v rovnomennej spoločnosti v roku 2020 získal majoritný 53 %-ný podiel, sa teraz stal jeho jediným vlastníkom.

Index / SME: Online predajca Amazon zavádza novú funkciu s generatívnou umelou inteligenciou (AI), ktorá sumarizuje recenzie produktov pre zákazníkov. Cieľom funkcie, ktorú spoločnosť začala testovať skôr počas tohto roka, je pomôcť kupujúcim na prvý pohľad určiť, čo o produkte povedali iní zákazníci skôr, než strávia čas čítaním jednotlivých recenzií. Vyberie spoločné témy a zhrnie ich v krátkom odseku na stránke s podrobnosťami o produkte.

CC.cz: Martinus otvára v Čechách prvú kamennú kníhkupeň, a to v Brne. Raz už kamennú predajňu v ČR skúšali, ale malý BookSpot v pražskej pasáži Lucerna fungoval len v rokoch 2017-2018. Nová investícia sa pohybuje vo výške pol milióna EUR. Martinus pôsobí v Čechách ako e-shop.

E15: Francúzska spoločnosť Yves Rocher sa rozhodla zavrieť všetkých 140 franšíz v Nemecku, Rakúsku a vo Švajčiarsku. O prácu tak počas nasledujúcich mesiacov príde viac ako 350 ľudí. FinStat uvádza, že Yves Rocher Slovakia, s. r. o. v roku 2022 znížila zisk o 59 % na 61 293 EUR, ale tržby jej narástli o 19 % na 5,892 mil. EUR.

Denník N: Väčšinový podiel v O2 Slovakia kupuje od českej skupiny PPF firma zo Spojených arabských emirátov, ktorá podniká pod názvom e&. PPF pritom predala len podiely v podnikoch na Slovensku, v Bulharsku, Maďarsku a v Srbsku.

Denník N: Veľkoobchod Kon-Rad s ročnými tržbami presahujúcimi 50 miliónov EUR kupuje sieť Terno real estate s predajňami Terno aKraj. Obchod už odobril aj slovenský Protimonopolný úrad. Najcennejšou súčasťou preberanej firmy je jej veľkosklad so supermarketom na bratislavských Zlatých pieskoch. Kon-Rad má tri vlastné maloobchodné predajne v Bratislave, Senci a Modre.

Novú prevádzku Kraj otvorili v projekte Apollo Nivy v Bratislave. Pôvodné Apollo BC bolo pre kritické nedostatky v statike objektu asanované a developer HB Reavis vystaval úplne nové. Nájomníkom, ktorý obsadil najväčšiu plochu administratívnej budovy, je IBM.

Pravda: Spoločnosť Healthy Food Supplements, výrobca potravinových doplnkov, plánuje v Galante rozšíriť kapacity existujúcej potravinárskej výroby. V časti Kolónia postaví vo svojom areáli novú halu na výrobu rôznych tyčínok, ako aj ďalšiu halu na skladovanie. „Navrhované rozšírenie výroby je svojou konštrukciou vhodné na výrobu proteínových tyčínok, jednovrstvových alebo viacvrstvových tyčínok. Firma má v Galante výrobu už niekoľko rokov, pôvodnú výrobnú halu dokončila v roku 2017. V minulom roku jej tržby podľa portálu FinStat presiahli 2,6 milióna EUR.

Reťazec Action počas leta otvoril niekoľko pobočiek. Deväť v poradí s plochou 905 m² pribudla v Rimavskej Sobote v retail parku Spektrum. Desiatou je obchod v Spišskej Novej Vsi s rozlohou 829 m² v retail parku NEO zona.

Obchodnú dohodu o kúpe siete lekární Apotheke Slovakia oznámili spoločnosti Dr.Max Holding SK a.s. a UNIPHARMA – 1. slovenská lekárnica a.s. ešte v novembri 2022. V tom čase lekáre Dr.Max deklarovali záujem o akvizíciu 47 prevádzok Apotheke Slovakia. Na základe rozhodnutia Protimonopolného úradu SR sa rozhodol prevádzkovateľ lekární Dr.Max prehodnotiť svoj pôvodný zámer a dohodol sa na prebratí 35 lekární Apotheke. Po úspešnej akvizícii bude mať sieť celkovo 396 prevádzok.

Pri príležitosti 30. výročia na trhu sa BILLA rozhodla odmeniť svojich verných zákazníkov vo Veľkej narodeninovej súťaži. Hlavnou cenou je kredit v hodnote 30 000 EUR, ktorý výherca využije na dovolenky podľa vlastného výberu. Okrem toho môžu zákazníci získať 3000 hodnotných poukážok na nákup elektroniky, športového vybavenia a potravín.

Augustové novinky v dm drogerie markt

Pre zákazníkov sietí drogérií v auguste priniesla: Profissimo vlhčené utierky na topánky (15 ks, 1,95 EUR), Denkmit odstraňovač vodného kameňa (250 ml, 1,45 EUR), Balea sprchovacia pena s ovocnou vôňou sladkých malín jemne čistí pokožku a má vegánske zloženie s výživným glycerínom (200 ml, 2,25 EUR), Mivolis kapsuly Pro Immun (30 ks, 4,95 EUR), alverde NATUKOSMETIK telový piling, rozmaznávací olejovo-solný telový piling s bio rakytníkovým olejom je dokonalou starostlivosťou o pokožku (250 g, 3,95 EUR) a alverde NATUKOSMETIK micelárna voda, zabezpečuje jemné čistenie a starostlivosť o dehydrovanú pleť (200 ml, 3,45 EUR).

Zdroj: Mojadm.sk



SodaStream má vyše 800 výmenných miest, vrátane siete drogérií Teta

Od septembra pribudol k viac než 600 autorizovaným predajcom SodaStream nový partner: drogerie Teta umožnia používateľom vymeniť si bombičku na ďalších vyše 200 výmenných miestach po celom Slovensku. „Chceme byť k zákazníkom čo najbližšie, a to nielen neustále rastúcou sieťou maloobchodných predajní, kde je možné zakúpiť



prístroj SodaStream a príslušenstvo, ale aj skvalitňovaním služieb, ku ktorým patrí v prvom rade výmena bombičiek. Opäť to bude jednoduchšie, keďže spoločnosť Teta drogerie má predajne v malých aj veľkých mestách, ako aj v obchodných centrách,“ vysvetlil country manažér SodaStream pre Slovensko Attila Forgon. Zaujímavé je, že od návrhu spolupráce po finálny podpis zmluvy neprešiel ani mesiac.

Zdroj: Sodastream.sk

Liek Wobenzym je znovu v predaji

Desiatky rokov pomáhal pri oslabenej imunite a opakovaných zápaloch – urologických, gynekologických aj respiračných. Liečil zápal a opuchy, urýchlňoval hojenie zranení a skracoval dobu liečenia po operačných zákrokoch. A je späť, rovnako kvalitný, osvedčený a účinný, ako ste ho poznali predtým – liek Wobenzym nájdete opäť v lekárňach. Zápal ako prirodzená a žiaduca obranná reakcia organizmu je stav, pri ktorom majú nezastupiteľnú úlohu enzýmy. Vhodne zostavená zmes proteolytických enzýmov má schopnosť priaznivo ovplyvňovať zápalovú reakciu, urýchliť a zmierniť priebeh zápalu. Proteolytické enzýmy pomáhajú odstraňovať opuchy po úrazoch a operáciách. Hojenie je uľahčené, keď zápal,

opuch a bolesť rýchlejšie odznejú. Rastlinné a živočíšne enzýmy, doplnené o enzýmy bakteriálneho pôvodu obsahuje tradičný liek Wobenzym. V kamenných aj online lekárňach sú dostupné všetky balenia 200, 300 a 800 tabliet (Wobenzym je liek na vnútorné použitie. Starostlivo čítajte Písomnú informáciu pre používateľov).

Zdroj: Wobenzym.sk



Septembrové novinky v dm drogerie markt

V septembri do sortimentu dm-ky pribudli: dmBio bezgluténové mini pračičky (80 g, 1,95 EUR), dmBio bezgluténové ryžové penne (400 g, 3,25 EUR), dmBio bezgluténová zmes na placky (140 g, 2,15 EUR), dmBio bezgluténová zmes na mrkvový chlieb (500 g, 3,65 EUR), Balea Urea očný krém (15 ml, 3,45 EUR), Balea krémovo-olejové telové mlieko (200 ml, 2,15 EUR), alverde NATURKOSMETIK tuhý dezodorant (50 ml, 3,45 EUR), alverde NATURKOSMETIK guľôčkový dezodorant (50 ml, 3,45 EUR).

Zdroj: Mojadm.sk



Flash news

Ecommercebridge: Spoločnosť Notino získala od štyroch veľkých českých bánk rekordný úver vo výške 280 miliónov EUR. Z úveru sa zaplatí nový distribučný sklad v Poľsku v hodnote 25 miliónov EUR, doplnia sa európske zásoby a posilnia sa pozície na zahraničných trhoch. V budúcom roku chce spoločnosť vstúpiť na trhy v Srbsku, Nórsku a možno aj v Turecku. V minulom roku spoločnosť zarobila 1 miliardu EUR a chce pokračovať v raste.

IKEA od septembra na slovenskom trhu znižuje ceny sortimentu naprieč všetkými oddeleniami. Zmena sa dotkne 1200 výrobkov, ktoré zlacnejú v priemere o 3,5 %. Nebude medzi nimi chýbať ani najpredávanejší nábytok zo série HEMNES, BRIMNES či MARKUS.

Milan Paprčka je majiteľ spoločnosti VKÚ Harmanec, vydavateľstva CBS, zriaďovateľ Slovenského múzea máp, pilot, fotograf a cestovateľ. Vďaka dve dekady trvajúceho vydávaniu máp, si vyslúžil prezývku Milan SMapou. V lete kúpil českú kartografickú jednotku, spoločnosť SHOCart, ktorá je známa edíciou turistických a cyklistických máp územia ČR a SR, či autoatlasmi a webom cykloserver.cz

Udržujte svoje produkty v optimálnych teplotných podmienkach s RecyCold™ Climaliner™

Spoločnosť RAJA prichádza s inovatívnym riešením na ochranu teplotne citlivých produktov. Nová papierová termovložka, RecyCold™ Climaliner™, reaguje na rastúci dopyt po udržateľných obaloch. Tvorená je tromi vrstvami papiera, vrátane dvoch 100 % recyklovaných krycích listov a jedného 85 % recyklovaného papiera s voštinovou štruktúrou. Vzduch medzi týmito vrstvami pomáha

udržiavať konštantnú teplotu produktov. Navyše vďaka tenkosti vložiek (0,5 cm) môžete čo najlepšie využiť priestor vo vnútri krabíc a vrecúšok, čo vedie k optimalizácii prepravných nákladov.

Zdroj: Rajapack.sk



20 rokov spájame rodinu

Rodina a bezpečný život detí v nej je základnou hodnotou spoločnosti RAJO. Preto už 20 rokov podporuje OZ Návrat a na každom 11 trvanlivom neochutenom mlieku šíri osvetu aj o pestúnskej starostlivosti. Do dnešného dňa sa tak informácia o Návrate a náhradnej rodinnej starostlivosti dostala do rodín po celom Slovensku na 200 miliónoch kusov obalov mlieka RAJO. Ak máte vo svojej rodine

voľné miesto pri stole, možno práve naň čaká nejaký malý či väčší chlapec alebo dievčatko. Pozvite ich do svojho života.

Viac info na www.navrat.sk



S Návratom pomáhame opusteným deťom



CENA POTRAVINÁRSKEJ KOMORY SLOVENSKA



Potravinárska komora Slovenska vyhlasuje **6. ročník** súťaže v súťažných kategóriách:

Inovatívny výrobok « **A**
Trvalá udržateľnosť « **B**
Osobnosť potravinárstva « **C**

Prihlasovanie do súťaže:
1. 6. – 31. 10. 2023

O výhercoch rozhodne **odborná komisia.**

Vyhlasenie výsledkov:
do 31. 12. 2023

Pravidlá súťaže a prihlášky:
www.cenapks.sk



POTRAVINÁRSKA
KOMORA
SLOVENSKA



EURÓPSKA ÚNIA
Európsky fond regionálneho rozvoja
OP Integrovaná infraštruktúra 2014 – 2020



MINISTERSTVO
DOPRAVY A VÝSTAVBY
SLOVENSKEJ REPUBLIKY



MINISTERSTVO
HOSPODÁRSTVA
SLOVENSKEJ REPUBLIKY

Súťaž je organizovaná v rámci projektu: Rast výskumno-vývojových a inovačných kapacít a inovačných kapacít v priemysle a službách v Bratislavskom kraji, ITMS2014+ 313022A266
Projekt je spolufinancovaný Európskou úniou z prostriedkov Európskeho fondu regionálneho rozvoja v rámci Operačného programu Integrovaná infraštruktúra.

EUROSHOP 2023: ROBOTY, SAMOOBSLUHY A UMEĽÁ INTELIGENCIA

EuroShop 2023 priniesol stovky nápadov a inovácií. Postupne vám ich na našich stránkach priblížime. V tomto čísle nahliadneme do dvoch veľkých expozícií, ktoré prinášajú do súdobého retailu celý komplex riešení.

Red, Zdroj a foto: Umdach, Wanzl



Koncept zeleného trhoviska

S konceptom trhoviska prezentovala spoločnosť umdasch The Store Makers najnovšie prístupy a riešenia pre retail orientovaný na zážitky na expozícii s rozlohou 675 m². Návštevníci mohli vidieť, zažiť a vyskúšať kreatívne a udržateľné nápady a inovatívne technológie. Neprehľadná bol až fasáda trhoviska, ktorú tvorilo vyše 500 rastlín brečtanu. Motto veľtrhu Sustainable Together zoberala firma doslovne a postavala tu trhovisko, agoru. Spoločenská funkcia trhovísk, bola dôležitá už od staroveku. Spájala ľudí s nakupovaním, debatou a nápadmi.

Každé stanovisko na trhu prezentovalo inú kompetenciu firmy. Hneď prvou zastávkou bol Design & Value Engineering, ktorý vzal „výlov nápadov“ doslovne. Návštevníci si mohli uloviť jednu z plávajúcich kačíc a dozvedieť sa o kreatívnom dizajnovom projekte pomocou technológie Put & Learn. Pokračujeme k „roll-outu“, príprave obchodov na ostrú prevádzku, pričom sú tu viaceré projekty od menších až po expanziu medzinárodných sietí. Vysoká kvalita spracovania, pre-

cíznosť a remeselná zručnosť, boli témou iného stanoviska. Návštevníci veľtrhu si mohli vyskúšať a ohmatať množstvom vzoriek materiálov. Jednoduchým naskenovaním QR kódov na nich sa na obrazovke zobrazil projekt, v ktorom bol materiál použitý a ako bol skombinovaný s inými materiálmi.

umdasch však nevytvára len kamenné predajne. Súčasným trendom je navrhovanie virtuálnych priestorov, pomocou digitálnych technológií od Umdasch Group Ventures, ktorá sa zaoberá inováciami. Niektoré už realizované projekty boli prezentované na obrazovkách pomocou 360-stupňových videí. Lákavá však bola aj návšteva virtuálneho Metaverza, presnejšie Decentralandu aj s použitím VR okuliarov. Nadväzujúce umdasch Digiverzum ukázalo, aké možnosti zahŕňa digitálny vesmír – od digital signage cez elektronické cenovky až po interaktívne aplikácie. Digitálne technológie však neboli len na trhovisku, ale v celej expozícii s figurínou astronauta. Počínajúc 20 m² priehľadnou LED stenou od partnera LEDCON a končiac ďalšími digitálnymi vychytávkami od Samsung Electronics GmbH.

„Zelené“ vybavenie predajní

Oblasť riešení pre retail prezentoval nový prírastok do rodiny regálov Basixx, modulárny regálový systém Basixx Light. Všestranný, flexibilný zásuvný systém možno použiť vo všetkých sektoroch retailu. Či už ide o krmivo pre domáce zvieratá alebo kozmetické výrobky. umdasch Madosan vystavoval výkonné regálové riešenia pre skladové priestory a veľkoobchody. Už pri vstupe do tejto časti expozície bola tepelná mapa, ktorá zobrazovala najfrekventovanejšie zóny v obchode. Vďaka technológii Lift & Learn navrhne aplikácia zákazníčkovi ten správny produkt na základe vopred zvolených kritérií. Nechýbajú ani elektronické cenovky a platobné metódy Scan & Go, ktoré umožňujú platbu prostredníctvom smartfónu.

Pri navrhovaní Solution Area mysleli dizajnéri umdasch aj na ústrednú tému veľtrhu – udržateľnosť. Predstavovali ju napríklad Liquid Dispenser, čapovacia stanica pre tekutý tovar a Solid Dispenser od partnerskej spoločnosti MIWA pre sypký tovar, ktorý sa využíva napríklad pri predaji PET FOOD, ale aj Smart Bakery Box, zariadenie predajni určené pre pekárenský úsek.

Automatizácia pečenia i nakupovania

Stále viac procesov v maloobchode sa automatizuje. Najlepším príkladom je systém Bakisto. Proces pečenia v predajni je automatizovaný od nakladania, cez pečenie a vystavenie. Prezentované riešenie kombinovalo regálový systém Smart BakeOff i od Wanzl, cobot (kolaboratívny robot) od FANUC a rúru Dibas blue2 s TrayMotion od WIESHEU. Celá operácia pečenia je riadená robotom a vyžaduje si podstatne menej personálu, čím odpadá časovo náročná fáza hľadania a školenia. Okrem toho inteligentné meranie zásob BakeOff citelne znižuje pracovné zaťaženie personálu, pretože nie je potrebné ručne počítať a zapisovať pečivo po uzávierke. Pečenie má konzistentnú kvalitu a obchodník predchádza vypredaniu tovaru. Systém je samozrejme možné naprogramovať tak, aby sa prvé pečivo dopieklo v noci a regály sa naplnili čerstvými výrobkami ešte pred otvorením predajne. Zaujímavé je, že Bakisto nezaberie viac priestoru ako bežná pekáreň v rámci obchodu. Iba inštalácia robotickej technológie si vyžaduje niekoľko úprav a modifikácií v danom priestore.

Wanzl sa vo svojej expozícii nazvanej „Find Your Way“ (Nájdite svoju cestu) sa zamerá na ekonomicky škálovateľné riešenia pre praktickú implementáciu a zážitok z nakupovania. Keďže digitalizácia fyzických obchodov neustále napreduje. Okrem produktov a formátov disponuje Wanzl aj softvérom pre správu procesov na pozadí s cloudovou softvérovou platformou wanzl connect®. V časti expozície nazvanej InnoHub prezentovala komplex inovácií: SupremeStore CX. Ide ďalší vývojový stupeň konceptov Wanzl 24/7, ktoré už boli v praxi nasadené viac ako 100krát. Cieľom je vytvoriť obchod úplne bez personálu a bez pokladníc. Za zmienku stoja inovácie ako Smart Exit a regálové systémy s monitorovaním zásob, ako aj riešenie prideľovania tovaru konkrétnemu zákazníkovi.

Koncept 24/7 „Traveller Shop“ demonštroval, ako môžu hotely a kempingy, letiská a železničné stanice, alebo bytové komplexy uspokojiť základné potreby svojich zákazníkov a obyvateľov: nákup tovaru z lekárne alebo regionálnych špecialít či vychutnávanie si čerstvého ovocia a kávy.

Ďalším trendom sú tzv. dark stores, priestory určené pre online supermarket. Wanzl dokonca



transformuje skratku POS, teda miesto predaja na POD – Point of Delivery, miesto doručenia. Firma dodáva riešenia pre efektívne vychystávanie, ako je nový vychystávací vozík KT Lift, transportné vozíky, podlahové valcové dopravníky alebo mobilné pracovisko doplnené o inteligentnú rukavicu ProGlove Scan.

Vybavenie predajní a emocionálny dizajn

Wanzl návštevníkov zaujal aj svojimi dizajnovými nápadmi. Více City bol jasnou ponáškou na hernú sériu GTA a film Miami Vice. Bol tu aj butik v štýle Art Deco v čierno-zlatom prevedení s nádychom luxusu s jazzovým soundtrackom, náladovým svetlom a decentnou vôňou cédrového dreva. Spontánne, super „cool“ a inteligentné nakupovanie je možné aj vďaka inteligentným nákupným pomôckam, ako je Smart Basket s držiakom na smartfón integrovaným do rukoväte pre nezávislé skenovanie tovaru a inteligentný vozík Smart Trolley. Ten obsahuje rôzne modu-

ly, čiže každý obchodník si ho môže prispôbiť pre svoje potreby. Jedným z modulov je napríklad hybridný mincový zámok Hybridloc, ktorý funguje na báze NFC. Teda namiesto mince zákazník na odomknutie vozíka použije smartfón alebo hodinky. Ďalším modulom je displej s kamerou a s funkciou AI, ktorá automaticky skenuje tovar vkladný do košíka. Nie je teda potrebné nákup ešte raz skenovať pri pokladni. Smart Trolley vyniká aj unikátnym systémom riadenia nabíjania v prístrešku na nákupné vozíky.



INTERNETOVÉ PREDAJNE POZOR!

Rovnako, ako podávate každoročne daňové priznanie, podávate minimálne raz za rok výkaz o množstve obalov uvedených na trh Slovenskej republiky. A to Ministerstvu životného prostredia SR.

pti

Že neviete o čom hovoríme? Tu Vám to vysvetlíme v skratke a na www.naturpack.sk komplexne.

- Nejde vôbec o novú povinnosť.
- Táto povinnosť sa týka všetkých obalov, do ktorých balíte zásielky, výplňového materiálu, ako aj obalov okolo samotných výrobkov. Aj papierová taška a mikroténové vrečko sú obalom.
- Pri množstvách do 100 kg obalov sa vás týka len zlomok povinností.
- Nemusíte počítať každý obal zvlášť. Poradíme Vám, šikovné tipy, ako si ušetriť čas, napríklad vykazovanie pomocou dodacích listov. Treba však vedieť, čo všetko si pýtať od dodávateľa.

Ponúkame jednoduchý spôsob, ako si overíte, či vyššie uvádzaná povinnosť týka aj Vás. Ako prvý krok nám zašlite vyplnený kontaktný formulár. K formuláru sa ľahko dostanete ak si prostredníctvom QR kódu spustíte naše krátke video k tejto téme.

O ostatné sa postaráme. Aby ste sa Vy mohli venovať svojmu podnikaniu.

Drvivá väčšina firiem si povinnosti zo zákona o odpadoch neplní nevedomky. Tím OZV NATURPACK sa snaží tieto firmy aktívne vyhľadávať, a tým prispievať k spravodlivejšiemu rozdeleniu po-

platkov výrobcov, z ktorých je na Slovensku v plnej miere financovaný triedený zber odpadov. A sme v tom úspešní, v priebehu šiestich rokov sme do systému rozšírenej zodpovednosti priviedli už viac ako 3500 spoločností. A pokračujeme ďalej.



TRIDSAŤ ÚSPEŠNÝCH ROKOV SPOLOČNOSTI LABAŠ

24 tisíc m² skladových priestorov, takmer 1 800 zamestnancov, nepretržitý rast od založenia spoločnosti a tržby v roku 2022 vo výške 353 miliónov EUR. Spoločnosť LABAŠ si tento rok pripomína tridsať rokov svojej úspešnej existencie. Od roku 1993 sa veľkoobchod vyprofiloval na najväčší domáci veľkoobchod s potravinami, ktorý denne zásobuje stovky zákazníkov. —

Red (pti)



Sortiment spoločnosti LABAŠ odoberá zhruba 3 500 prevádzok, z ktorých väčšinu tvoria maloobchodné predajne s potravinami. Z nich je takmer 650 partnerských predajní FRESH. Okrem nich zásobuje LABAŠ aj vlastnú sieť supermarketov FRESH Plus, ktorá dnes prevádzkuje 34 predajní.

Hoci má spoločnosť najväčšie pokrytie na východe krajiny, službami pokrýva celé Slovensko. Čo sa týka B2B segmentu, veľkoobchod pravidelne zásobuje aj svojich odberateľov na západe, k čomu využíva 4 logistické depá v Nitre, Trenčíne, Lučenci a Martine.

Rozširovanie skladových priestorov v košickej centrále, navýšenie počtu expedičných brán, zdvojnásobenie rozlohy chladenej časti skladu sú ďalšie investičné zámery spoločnosti.

Z garáže na špicu obchodu

Pred 30 rokmi začínal Miroslav Labaš doma s predsavzatím - zarobiť do roka svoj prvý milión slovenských korún a z garáže rodinného domu napokon vytiahol svoju firmu až medzi najväčších obchodníkov s potravinami na Slovensku.

Základom úspechu bola a naďalej zostáva poctivosť a ústretovosť k zákazníkom. Kým iné veľkoobchody pracovali s maržou okolo desať percent, Miroslav Labaš sa uspokojil s tretinou. Aktívne vyhľadával zaujímavé produkty a nové obchodné prí-

ležitosti. Po pár rokoch prekročil mesačný obrát milión EUR. Dnes je spoločnosť Labaš najväčším slovenským veľkoobchodom s potravinami s ročným obrátom viac než 350 miliónov EUR a zásobovaním odberateľov aj v rámci viacerých krajín Európskej únie.

Centrála firmy je na Textilnej ulici v Košiciach, tam je tiež ústredný sklad, ktorého priestory sa postupne rozšírili o sklad chladených a mrazených potravín. Pri svojej desaťročnici v roku 2003 spoločnosť vstúpila do sféry maloobchodu a jej predajnú sieť dnes reprezentuje 34 vlastných predajní FRESH Plus, v ktorých zákazníci môžu nájsť viac ako 8 000 produktov. Okrem vlastných predajní Miroslav Labaš založil partnerskú spoločnosť Potraviny FRESH s.r.o., ktorá združuje pod značkou FRESH ďalších viac než 650 maloobchodníkov na princípe franšízy.

Rast je priamo spojený s dôverou a podporou zákazníkov

Tridsaťročný príbeh Miroslava Labaša spája víziu napredovať a inovovať, presadzovať progresívne metódy v obchode a podnikaní s pracovitou, veľkým nasadením, poctivosťou a ústretovosťou voči zamestnancom, partnerom, spotrebiteľom a komunite.

„Základom nášho úspechu je, že so zákazníkmi vytvárame partnerstvá, čím nevystupujeme len v úlohe dodávateľa,“ hovorí Miroslav Labaš. Podľa neho sa spoločnosť snaží predovšetkým budovať obchodné partnerstvá s maloobchodníkmi, firmami a značkami.





MÍLNIKY SPOLOČNOSTI

- 1993** Vznik spoločnosti v garáži rodinného domu
- 2003** Prienik do maloobchodného segmentu
- 2010** Založenie partnerskej spoločnosti Potraviny FRESH s.r.o.
- 2023** Tržby spoločnosti vyše 353 miliónov EUR, 34 vlastných predajní FRESH Plus, 645 partnerských predajní FRESH

„Najdôležitejšie je, aby si človek veril. Ja som si dával za cieľ vždy rásť. Za 30 rokov, čo podnikám, sme každý rok rástli. Treba si nastaviť cieľ, veriť si a napĺňať ho. Usilovne robiť. Potom to ide. Môžem však bez okolkov povedať, že bez oddanej pomoci rodiny, priateľov a známych, verných zákazníkov a dodávateľov by sa mi nikdy nepodarilo vybudovať spoločnosť, ktorú máme dnes,“ konštatuje Miroslav Labaš, konateľ spoločnosti.

Spolu 30 cien, ktorými spoločnosť oslávi dlhoročné spolupráce so svojimi obchodnými partnermi.

Veľa sa toho za tie tri desaťročia zmenilo, ale hodnoty spoločnosti ostali rovnaké.

LABAŠ a FRESH sú hrdými slovenskými značkami a pre svojich zákazníkov sú synonymom zodpovednosti, čestnosti a odvahy.

Vedenie zamestnancov: Kľúč k úspechu

LABAŠ je známy svojim ústretovým prístupom k zákazníkom a partnerom, čím si vybudoval výnimočné obchodné vzťahy. Vo svojej spoločnosti Miroslav Labaš podporuje otvorenú komunikáciu a vytvára priestor na rozhodovanie pre všetkých zamestnancov. Na druhej strane je náročný a nekompromisný v situáciách, ktoré vyžadujú rýchle rozhodnutia. Toto vedenie zamestnancov zohľadňuje potreby rýchleho a agilného obchodu, ako aj potrebu zapájať a motivovať zamestnancov. Miroslav Labaš verí, že táto rovnováha je tým, čo spoločnosti umožňuje zvládať rýchlo meniace sa trhy, konkurenčné prostredie a neustále napredovať.

Oslava jubilea súťažou

„Jubilejné 30. výročie oslavujeme súťažou, do ktorej sa môžu zapojiť všetci odberatelia nákupom produktov zo súťažných strán v magazínoch LABAŠ č. 16 – 22. Dve hlavné výhry v podobe osobných automobilov budú svojim novým majiteľom odovzdané na koncoročnom podujatí za sprievodu známej kapely IMT SMILE,“ hovorí Ing. Miroslav Labaš ml., riaditeľ reklamy, marketingu a PR.





30

Súťaž o hodnotné výhry

v každom magazíne Labaš č. 16 – 22.



Hlavná výhra
2 x Hyundai i30 Kombi Play

DIGITÁLNE PLATBY SÚ KLÚČOVOU SÚČASŤOU KAŽDÉHO MODERNÉHO PODNIKU

Digitálne platby sú rýchle, jednoduché a bezpečné. Pre stále viac zákazníkov sú bezhotovostné transakcie a benefity s nimi spojené súčasťou celkového zážitku v podnikoch. Na otázky o trendoch v sektore horeca nám v dvojrozhovore odpovedali Ľubica Gubová, Country manažérka Visa pre Slovensko a Viktor Tecl, Head of Business Development a Country manager SK spoločnosti Querko.

Red, Foto: Visa, Querko

Gastrosektor si prešiel ťažkým obdobím. Ako môžu podľa Vás gastronomickým prevádzkam pomôcť bezhotovostné platby?



Gubová: Všetky kamenné prevádzky odkázané na návštevy svojich zákazníkov si prešli ťažkým obdobím, počas ktorého si spotrebiteľ zvykli na bezkontaktné platby a začali ich vyžadovať. Ako všetko, čo je rýchle a pohodlné, zvykli si na tento spôsob platenia a považujú ho už za samozrejmosť. To nám hovoria všetky dostupné dáta. Gastro sektor si prešiel navyše ďalším ťažkým obdobím vyvolaným infláciou a následným zdražovaním. My vidíme, že obchodníci a prevádzkovatelia sa snažia držať krok s potrebami svojich zákazníkov a rozširujú svoje možnosti bezkontaktných platieb. Na Slovensku však priestor na vylepšenie digitálnych riešení ešte stále je.

Bezhotovostné platby všetkým obchodníkom prinášajú vyššie tržby vďaka vyššiemu priemernému nákupu, nových zákazníkov, a to takých, ktorí už nechcú používať hotovosť a tiež udržiavanie si tých pôvodných. Vďaka digitalizácii má napríklad personál viac času venovať sa hosťom. Keďže je to jednoduché na obsluhu, nemusia sa venovať manipulácii s hotovosťou, na čo treba čas, a môže to viesť aj k chybavosti. Ďalej akceptáciu platobných kariet oceňujú aj zahraniční hostia, a to najmä tí, ktorí prichádzajú z Česka, Poľska či Maďarska, keďže nepotrebujú eurá. A hlavne, digitálna platba je rýchla a predovšetkým bezpečná.



Tecl: Querko je moderný platobný nástroj, ktorý ale v porovnaní s inými cashless metódami prináša celý rad benefitov pre všetky strany. Nie je to teda len pohodlná a bezpečná platba. Vďaka Querko nemusí obsluha vyúčtovať jednotlivé stoly zvlášť, má čas venovať sa novo prichádzajúcim zákazníkom a rýchlejšie pre nich pripraviť stôl. Ušetrený

čas na zaplatenie sa skutočne oplatí a zvyšuje to príjmy. Obsluha väčšinou získa aj vyššie prepitné, pretože zákazníci sú spokojní, že nemusia čakať s platením, až bude mať personál čas im vystaviť účet. Zákazník potom navyše, za platbu, ktorú by rovnako vykonal, môže získať nejaký ďalší benefit v rámci integrovaného vernostného programu, ktoré Querko ponúka v rámci svojich funkcionalít. A je len a len na podniku, či a ako túto možnosť využije na podporu opakovanej návštevy.

Otázka implementácie moderných technológií už nie je o tom, či áno alebo nie, ale kedy. Prekonali sme už „bod zlomu“, kedy začínajú podniky masívnejšie prechádzať na bezhotovostné platby?

Gubová: Od vypuknutia pandémie pred tromi rokmi životaschopnosť gastro sektora preverili už mnohé ďalšie skúšky - zatvorené podniky, nepredvídateľné podmienky fungovania, výdaj cez okienko a orientácia na donášku, ďalej konflikt na Ukrajine, zvýšenie cien energií a následná inflácia. Bolo toho dosť v naozaj krátkom časovom slede.

Ak vychádzame z aktuálneho prieskumu Iniciatívy Pomoc pre gastro, digitalizácia napreduje aj v oblasti gastro sektora a až u 70 % prevádzok už prevažujú bezhotovostné platby. Pričom ako hlavný dôvod uvádzajú úsporu času a práve to, že si to vyžadujú samotní zákazníci (pozn. prieskumu Pomoc pre gastro august 2023). Všetky dostupné dáta a výsledky prieskumov skratka dokazujú, že dopyt po digitálnych platbách zo strany zákazníkov je už na Slovensku veľký. Počet transakcií vykonaných kartami neustále rastie, medziročne k júnu 2023 narástol o takmer 14 %. Aj podiel POS terminálov priebežne rastie. Hoci tento nárast je pozvoľnejší. Určite sa však máme ešte kam posúvať.

Tecl: Reštaurácie už teraz používajú elektronické menu, online rezervácie a objednávanie jedál cez partnerské aplikácie typu Bolt, Wolt, Foodpanda a podobne. Querko spolupracuje s najpoužívanejšími pokladničnými softvérmi, vďaka čomu si nemusí gastroprevádzka kupovať a inštalovať

nový pokladničný systém. Implementácia Querka je tým pádom veľmi jednoduchá a na kompatibilnom POS je možné Querko pomerne jednoducho zapnúť. Podniky, ktoré to myslia s podnikaním vážne a chcú dodať hosťom najlepší zážitok vrátane ľahkého a bezpečného platenia s bonusmi, tak túto cashless platobnú metódu už využívajú a nepremýšľajú o jej zrušení, ale naopak sa snažia sa zviditeľniť napríklad v rámci sekcie „kam zájsť“, ktoré Querko prináša.

Aké sú teda priame a nepriame výhody bezhotovostných platieb? Čo by malo presvedčiť konzervatívny sektor horeca?

Gubová: Na jednej strane sú to finančné benefity majiteľov prevádzok vďaka vyššej priemernej útrate pri platbe kartou. V kaviarni alebo reštaurácii snáď platí ešte viac než inde, že ak platíte kartou a neobmedzuje vás hotovosť, ktorú máte v peňaženke, miniete viac. Na druhej strane sú to spomínané nefinančné benefity, ktoré prináša praktickosť digitálnych platieb. Napríklad netreba manipulovať s hotovosťou – počítať hotovosť, nosiť ju do banky, uhrádzať banke poplatky za manipuláciu s hotovosťou, a podobne. Prijímanie digitálnych platieb poskytuje majiteľovi prevádzky aj bezpečnosť. Peniaze sa ihneď pripíšu na firemný účet a nemusí nosiť hotovosť do banky. Je to teda bezpečnejšie, pohodlnejšie a časovo nenáročné nielen pre zákazníka.

Aby si to mohli vyskúšať aj malé podniky, spustila Visa ešte v októbri 2020 pre mikro, malé a stredné prevádzky iniciatívu „Slovensko platí kartou“, ktorá umožňuje všetkým obchodníkom aj e-shopom, ktoré neponúkali platbu kartou za posledný rok, aby využívali terminál šesť mesiacov bez mesačných poplatkov. Môžu si takto odskúšať, aký vplyv bude mať prechod na poskytovanie bezhotovostných platieb na ich biznis, ako sa to odrazí na tržbách a lojalite zákazníkov, a aké iné výhody im to prinesie.

Tecl: Querko z pohľadu obchodníka prináša digitalizáciu offlinového zákazníka, respektíve prepo-



jenie používateľa s obchodníkom, ktorý mu potom môže ponúkať odmeny a ďalšie špeciálne akcie, aby ho získal opakovane. Benefity môže ponúkať ako samotný podnik, tak možno využiť aj cieľenú spoluprácu s niektorými z dodávateľov (typicky dodávateľ alko a nealko) v rámci integrovaného vernostného programu. Bezhotovostné platby sú tiež oveľa bezpečnejšie a vo finále menej nákladné, pretože nie je nutné manipulovať s hotovosťou. Ľudia platiaci bezhotovostne navyše mŕňajú v priemere o 15 % viac.

Je konzervatívny aj zákazník v sektore gastro? Ako využíva hotovosť a bezhotovostné metódy? Dôveruje bezhotovostným platbám?

Gubová: Podľa posledného prieskumu o postoji k platobným metódam, 1/3 zákazníkov preferuje v gastro prevádzkach platbu hotovosťou. Výber platobnej metódy skôr súvisí s výškou účtu, ktorý treba uhradiť. Čím vyššia suma, tým skôr si zákazník vyberie platbu kartou. Možnosť platiť kartou vzbudzuje u potenciálnych zákazníkov dôveru. Je dva- až trikrát väčšia pravdepodobnosť, že zákazníci vstúpia do neznámeho obchodu alebo reštaurácie, keď vidia logo Visa a prevádzka prijíma digitálne platby. Ako som už spomínala, podľa štatistik NBS počet platieb vykonaných kartami alebo mobilnými zariadeniami neustále rastie. Pre zákazníka je to veľmi jednoduché, bezpečné a rýchle. Do sumy 50 EUR nemusí zadávať PIN. Pri používaní mobilných platieb nemusí zadávať PIN vôbec, pretože už samotný telefón overí jeho totožnosť. Aj vďaka tejto jednoduchosti sú mobilné platby stále viac a viac obľúbené. Za prvý polrok 2023 bolo na Slovensku uskutočnených vyše sto miliónov platieb mobilom. Minulý rok to bolo v rovnakom období necelých 65 miliónov.

Tecl: Qerko je bezpečná fintech aplikácia licencovaná Českou národnou bankou, teda podlieha prísnej regulácii. Užívateľ má pri platení

cez aplikáciu istotu, že jeho platba prebehne cez Qerko a má možnosť reklamovať prípadné nezrovnalosti. Stále však platí, že zákazník platiaci Qerkom okrem bezpečnosti vyžaduje komfort, jednoduchosť a rýchlosť, čo mu táto metóda plne zaistí.

Aké konkrétne rozdiely v platení a správaní spotrebiteľa naprieč Slovenskom vidíte v praxi?

Gubová: Ako sme už povedali, spotrebiteľov už máme na strane digitálnych platieb – chcú ich používať a dôverujú im. Niektorí ich dokonca vyhľadávajú a nevyužívajú podniky či zariadenia, kde neakceptujú platbu kartou. Sú to takzvaní moderní bezkontaktní platitelia. Vidia v platbách mobilom budúcnosť. Platia tak doma aj v zahraničí. Regionálne rozdiely sú, ale badáme ich skôr na strane prevádzkovateľov gastro zariadení či obchodníkov. V Bratislavskom regióne a vo väčších mestách je už možnosť bezhotovostných platieb v gastroprevádzkach, obchodoch či službách bežná a zaužívaná. Horšie je to v menších obciach. Ale určite je to na dobrej ceste. Dnes, keď je možné vďaka jednoduchej aplikácii mať terminál aj v mobile, nájdete už pokrokových obchodníkov a prevádzok s občerstvením, ktoré akceptujú platbu kartou aj na trhoch či rôznych podujatiach. Mobilný terminál už ponúkajú ako službu takmer všetky banky.

Tecl: Na Slovensku môžeme spomenúť z konkrétnych podnikov napríklad Kolkovne Eurovea a River Park, coworking The Spot v Bratislave, Bratislavský meštiansky pivovar na Dunajskej ulici alebo napríklad Nostalgia Café &

Restaurant či Paddock cafe a ďalšie. Zatiaľ čo v ČR už možno Qerkom zaplatiť vo viac ako tisícke podnikov rôznych veľkostí vrátane tých najväčších, na Slovensku Qerko pôsobí len vyše roka a v súčasnej dobe spolupracuje s niekoľkými lokálnymi pokladničnými systémami ako napríklad Portos alebo BlueGastro od Asseca a jeho prostredníctvom môžete zatiaľ platiť v niekoľkých desiatkach podnikov predovšetkým v rámci západného Slovenska.

Čo možno vyvodit' z bezhotovostných platieb resp. akú spätnú väzbu vďaka tomu dokáže získať konkrétna prevádzka?

Gubová: Prevádzkovatelia vedia zo svojich dát napríklad vyčítať a porovnať výšku platby na jednu návštevu platenú hotovosťou oproti platbe kartou. Ak 70 % zákazníkov platí kartou, prevádzka by zrejme o mnohých z nich prišla, ak by karty neakceptovala. Zákazníci platiaci bezhotovostne minú viac, pretože nie sú obmedzení tým, čo majú v peňaženke. Podľa prieskumu iniciatívy Pomoc pre gastro však samotné dáta, ktoré zo systému prevádzkovatelia získavajú, využíva na ďalší rozvoj a rozhodovanie len približne 33 % prevádzok zapojených do prieskumu.

Som presvedčená, že práca s dátami by im priniesla mnoho ďalších nápadov, ako zvýšiť tržby. Medziiným by dospeli k záveru, že platby kartou sú nevyhnutnou súčasťou moderného podniku a bez akceptácie digitálnych platieb sa dnes už len ťažko dá byť konkurencieschopný.

Tecl: Podobné benefity, len personalizované na dané ID zákazníka, teda položky a výšku platby, počet opakovaných platieb, výška prepitného, spätná väzba od hostí, ktorú môžu zanechať hneď po zaplatení v aplikácii, atď. Tieto informácie je možné mať až na úrovni jednotlivých objednávok a je možné ich následne premietnuť do odmien pre personál alebo do jeho doškolenia v prípade negatívnych hodnotení alebo napríklad do úpravy menu alebo interiéru.



COOP V ČECHÁCH JE LÍDROM V POČTE HYBRIDNÝCH PREDAJNÍ

Viete, čo majú spoločné Ústí nad Orlicí, Strakonice, Český Krumlov, Lipno nad Vltavou, Koldín, Beroun a Český Těšín? Skupina Coop tu prevádzkuje automatické hybridné predajne.

Red, pti



Dva koncepty predajní: vidiecky a mestský

Na začiatku projektu samozrejme zvažovali ekonomiku prevádzky a skúsenosti zo zahraničia, keďže česká skupina Coop je členom skupiny Euro Coop a podobné koncepty už bežia v Švédsku. V hre boli aj výdajne boxy na potraviny, avšak ukázalo sa racionálnejšie rovno otvoriť automatickú predajňu. Čiastka za rekonštrukciu prevyšuje 2 milióny Kč, pričom 30-40 % sú náklady na bezobslužnosť a zvyšok tvorí výmena technológií a osvetlenia za energeticky efektívnejšie. Iste, časť zákazníkov technologické novum odradí od nákupu, no stále majú možnosť nakúpiť si tradičným spôsobom. Hoci viacerí porovnávajú Coop s prevádzkami Amazon GO, nejde o rovnakú kategóriu. Spomeňme len nutnosť fixného organizačného usporiadania obchodu, nemenné plány a obrovskú investičnú náročnosť technológií. Cieľom Coop bolo prevádzkovať lacnejší hybridný model a ponúkať širší sortiment, teda aj alkoholické nápoje či nebalené

pečivo. Chceli mať tiež väčšiu flexibilitu v pozícii predajne a vystavení tovaru. V poslednom rade chceli remodelovať už stojace prevádzky na hybridné. Na realizácii automatizácie predajne sa o.i. podieľali spoločnosti KNOWINSTORE ako dodávateľ technologického riešenia pre bezobslužnú prevádzku a 4MAX Retail ako dodávateľ samoobslužných pokladničných kioskov.

Prvú predajňu otvorila skupina COOP v obci Strakonice. Má zhruba 80 m² a asi 2 500 SKU. Po pilote nasledoval trojnásobne väčší obchod v Českom Krumlově. V priebehu roka sa počet obchodov vyšplhal na 10 a ambíciou je mať ich do konca roka 2023 až 20. Ako nám povedal riaditeľ rozvoja a marketingu **Mgr. Lukáš Němčík**, rozlišujú dva koncepty. Prvým je vidiecky, ktorý vylepšuje ekonomiku predajni s malým obrátom, určený je predovšetkým pre ľudí, ktorí prichádzajú neskôr z práce a štandardné obchody sú už zatvorené. „V tomto prípade môžeme hovoriť až o 10%-nom náraste obrátu, a to vďaka skráteniu otváracie doby na

5 hodín a predĺženiu automatického režimu na 19 hodín. Druhým konceptom je mestský typ, s plochou od 250 m² a viac – najväčší obchod je v Lipne so 420 m² plochy a 3 automatickými pokladnicami. Vďaka automatickému režimu sú predajne zaujímavé aj v lokalitách s nárazovým turistickým ruchom – typicky v lete a v zime. Približne v 30 % prevádzok sme už upravili dobu prítomnosti personálu v prospech automatického režimu,“ uvádza L. Němčík.

Čo sa týka sortimentu, samozrejme obslužné úseky s predajom lahôdok, nebaleného mäsa a syrov v automatickom režime nefungujú. „Máme však pečivo, zeleninu a ovocie na váhu, funguje to,“ dodáva L. Němčík. V ponuke figurujú aj alkohol vrátane prémiového, cukrovinky a pochutiny, ale aj vopred navážený a balený tovar v rôzne veľkých baleniach. Tam, kde beží automatický režim počas dňa, je zloženie nákupného košíka veľmi podobné ako v tradičnom supermarkete. V súlade s očakávaniami sú nákupné špičky v automatickom režime počas víkendov a štátnych sviatkov, pričom nie sú výnimkou ani nákupy za tisíce korún. Vyššie útraty sú v mestách. Ľudia si tu častejšie vybehnú na nočný nákup. Štandardom sú opakované nákupy zákazníkmi, ktorí idú z práce domov až v čase, kedy je predajňa už v automatickom režime. Na vidieku sú to často ľudia, ktorí dochádzajú za prácou do väčších miest.

Zákazníci si zvykli, chybujú najmä z nepozornosti

„Zákazníci sa rýchlo a dobre adaptujú na nákup v bezobslužných predajniach. Nakupujú v podstate rovnako, ako v normálnom obchode, nemusia robiť nič navyše. Na prácu so samoobslužnou pokladňou už je mnoho z nich zvyknutých z iných obchodov a kartou tiež vie platiť každý,“ konštatuje **Ing. Pavel Hartmann**, Project & Business Development Manager, KNOWINSTORE s.r.o.

Častými otázkami sú bezpečnosť a ochrana tovaru. Vstup do predajne je možný iba na základe bankovej identity, každý zákazník / zákazníčka je stotožnený / stotožnená a má vlastnú aplikáciu. Platba za nákup prebieha prostredníctvom samoobslužnej pokladne. Ide

o výhodnú reciprocitu: zákazník si môže nakúpiť aj počas nočných hodín pričom ručí svojou bankovou identitou. Prevádzka je sledovaná kamerovým systémom a napojená na pult centrálnej ochrany, každý páchatel' by bol rýchlo stotožnený. „Veľmi okrajovo sme sa stretli s tým, že zákazníci chybujú, čo ale vzniká z nepozornosti, napríklad zabudnú nablokovat' prepravku od piva, igelitovú tašku. Keďže predajne sú pod trvalým kamerovým dohľadom a je tu obojsmerná komunikácia, môže v prípade akýchkoľvek problémov zákazník kontaktovať pracovníka dohľadového centra so žiadosťou o pomoc. Týka sa povedzme zdravotných problémov, nefungujúceho telefónu, aplikácie, internetu, či ohrozenia inou osobou a podobne,“ vysvetľuje P. Hartmann a dodáva: „V prípade nečitateľnosti EAN to zákazník vyrieši sám veľmi pragmaticky, buď si vezme rovnaký produkt s čitateľným kódom, alebo túto položku odloží a nenakúpi. Prax ukazuje, že čo sa týka „práce“ s tovarom, zákazník si dokáže intuitívne poradiť sám.“

Podľa L. Němčika zákazníkom a priori dôverujú a ani po roku fungovania sa nestretli s pokusmi obísť systém: „Za uplynulý rok sme nastavovali obrovské kvantum prevádzkových procesov a nezaznamenali sme však jediný prevádzkovo-technický problém, ktorý by bol zásadnou prekážkou v ich fungovaní a pre ďalšiu expanziu. Testovali sme už aj umelú inteligenciu, ktorá sleduje videoobsah a upozorňuje dohľad na „neštandardné“ správanie,“ konštatuje.

Hybridné predajne sú v automatizovanom režime ideálne pre prevádzkovanie vendingových automatov napr. automatov na kávu či rôznych výdajných boxov pre e-shopy. Práve tieto už prevádzkuje aj skupina Coop. Zákazník teda príde a vyzdvihne si nákup z chladniaceho boxu a prípadne si ešte niečo dokúpi a zaplatí. Všetko bez asistencie personálu. V štádiu testovania sú aj elektronické cenovky v kombinácii s dynamickou cenotvorbou. P. Hartmann je presvedčený, že výhodné bude nasadiť funkciu Scan&GO v mobilnom telefóne a eliminovať skenovanie tovaru pri pokladni: „V novších predajniach bude využité širšie spektrum možností monitoringu jednotlivých zariadení pomocou IoT senzorov. Dôležitým prvkom bude automatizácia objednávkového procesu a vzrastie aj význam kvalitnej práce so zákaznickými dátami, podporujúce nové vernostné programy a cielený marketing,“ dopĺňa.

A čo na Slovensku?

Pre úplnosť spomeňme, že v Nemecku bežia projekty Tante M či Tegut, v automatizovaných

a hybridných prevádzkach vidia budúcnosť aj Carrefour a Tesco (Žabka). Priekopníkom hybridného modelu sú Potraviny Od Našich v Devíne. „S riešením a prevádzkou hybridných predajní, ktoré prevádzkuje COOP v Čechách sme sa oboznámili, no softvérové riešenie a prevádzka predajní sú mimoriadne finančne náročné a zatiaľ nekorešponujú s adekvátnou ekonomickou efektívnosťou. Napokon na každom rohu sú otvorené čerpacie stanice v režime 24/7, kde zákazník nájde takmer všetok základný potravinový tovar,“ uviedol Ing. Štefan Mácsadi, predseda predstavenstva COOP Jednota Nové Zámky. Novozámocké spotrebné družstvo je v SR považované za technického inovátora.

Ako sme však uviedli vyššie, skúsenosti z ČR sú pozitívne, a to vrátane ekonomiky a doby návratnosti. Potravinové púšte, teda obce, v ktorých nie sú jediné potraviny, zrejme povedú aj k budovaniu hybridných predajní. Napokon Potraviny od Našich sú toho príkladom. Vznikli ako projekt súkromného investora bez incentiv. V iných obciach by mohli byť impulzom nájomné prázdniny alebo odpustenie miestnych poplatkov. „Čo sa týka participácie na projekte hybridných predajní zo strany obcí, vidíme minimálnu úspešnosť, nakoľko uvedený koncept nerieši potravinové púšte systémovo a navyše je v týchto oblastiach slabá kúpyschopnosť, čo opäť vplyva na ekonomickú efektívnosť prevádzky. Riešenie potravinových púští by mala byť služba štátu pre obyvateľov vidieka. Aby sa nezväčšovala predajná plocha reťazcov iba v miestach väčšej koncentrácie

obyvateľstva, nakoľko tým trpia menšie osídlenia, v ktorých je tiež dôležité zachovať prevádzky,“ uvádza S. Mácsadi.



Lipno nad Vltavou



Flash news

Developerská spoločnosť Panattoni vedie európsky rebríček TOP Logistic Developers 2020–2022. Podľa výsledkov prieskumu PropertyEU je Panattoni v počte projektov, v objeme investícií i v podlahovej ploche výrazne pred ostatnými developerskými spoločnosťami v celej Európe. Na Slovensku má Panattoni Park Košice Airport a Panattoni Park Bratislava North, pričom pripravuje projekty v Dunajskej Stredě, v Zohore a Leviciach.

Prvý realitný fond nadobudol do svojho portfólia kancelársku budovu Pribinova 19, ktorá je súčasťou nábrežnej štvrte Eurovea City v Bratislave. Je to technologicky vyspelá administratívno-obchodná budova najnovšej generácie. Objekt má jedno podzemné podlažie s garážou a desať nadzemných podlaží vrátane strechy s technologickými strojovňami. Prenajímateľná plocha je viac ako 28 000 m² a zastavaná plocha podzemnej garáže je viac ako 10 000 m².

Novinky.cz: Ukrajinská doručovacia skupina Nova Pošta, ktorá združuje logistické podniky, chce otvoriť pobočky v najväčších mestách v Nemecku a v Rumunsku. Firma už pôsobí v Poľsku, a to pod názvom Nova Post. Nedávno otvorila pobočku v Čechách, v pražskej Krči. Nova Pošta, ktorú prirovnávajú k Zásielkovni, počítá s expanziou do ďalších európskych krajín, vrátane Rakúska, Lotyšska a Estónska a Slovenska.

E15.cz: Viac ako polovica zákazníkov v prieskume českej pobočky Wolt uviedla, že rýchlosť je absolútne zásadné kritérium, ktoré ovplyvňuje, či dokončia objednávku, alebo nie. Päťina zákazníkov dokonca tvrdí, že ak nenájdu dostatočne rýchle doručenie, košík opustia a idú hľadať inam.

Dr. Max si prenajme ďalších 10 000 m² v Prologis Park Bratislava. Doteraz si prenajímal 9 000 m², takže ide o viac než dvojnásobnú expanziu. Prologis postaví zákazníkovi logistickú budovu na mieru, ktorá bude mať regulovanú teplotu a bude vybavená potrebnou pásovou technológiou. Jej dokončenie sa očakáva v 2. štvrťroku 2024. Prologis Park Bratislava nedávno dosiahol 100% obsadenosť

DHL Group uzavrela zmluvu o prevzatí 100% podielu v tureckej firme MNG Kargo Yurtiçi ve Yurt dışı Taşımacılık A.Ş. (MNG Kargo), podnikajúcej v oblasti doručovania balíkov, a jej dcérskych spoločností.

BILLA začala s inštaláciou fotovoltaických panelov na logistickom centre v Seredi

BILLA začala s inštaláciou 5 555 fotovoltaických panelov, ktoré budú pokrývať celú budovu logistického centra. Ukončením inštalácie získava BILLA v prvenstvo v SR a ČR vo veľkosti fotovoltaického zariadenia o výkone 2,5 MWp na jednej streche. Fotovoltaický systém ročne vyrobí 2400 MWh elektrickej energie, čo predstavuje až 80 % predpokladanej ročnej spotreby logistického centra. Vďaka tomuto trvalo udržateľnému riešeniu vyprodukuje ročne o 440 ton menej emisií CO₂. Solárne

panely na ohrev teplej vody má BILLA inštalované na svojej budove na Bajkalskej ulici v Bratislave, kde je predajňa a zároveň tiež centrála spoločnosti.

Zdroj: Billa.sk



Cushman & Wakefield: Nearshoring mieri do Európy

V dôsledku pandémie sa dobre fungujúce dodávateľské reťazce stali stredobodom pozornosti každej spoločnosti. Odpoveďou na nestabilné dodávky z Ázie a Tichomoria je, okrem iného, aj tzv. nearshoring. Cushman & Wakefield v novej štúdii odhaľuje, že skladové priestory a prevádzkové



náklady v regióne strednej a východnej Európy sa stanú atraktívnejšími, ako v niektorých západoeurópskych krajinách. Záujem investorov zvažujúcich premiestnenie výroby sa sústreďuje na krajiny ako SR, Poľsko, Maďarsko, ČR, Slovinsko, Bulharsko, Rumunsko, Srbsko, Chorvátsko, pobaltské štáty a západný Balkán sú geograficky bližšie a ponúkajú väčšiu obchodnú flexibilitu a odolnosť.

Zdroj: Cushmanwakefield.sk, Foto: Marcin Jozwiak / Unsplash.com

CTP bilancuje prvý štvrťrok 2023

CTP sa podarilo zvýšiť jej priemerný tržový podiel v ČR, Rumunsku, Maďarsku a v SR z 27,8 % ku koncu roka 2022 na 28,1 % k 1. štvrťroku 2023 a zostáva najväčším vlastníkom priemyselných a logistických nehnuteľností na týchto trhoch. CTP zaznamenala v 1. štvrťroku 2023 čistý príjem z prenájmu vo výške 130,7 miliónov EUR, čo predstavuje medziročný nárast o 21,9 %, a nárast podobného nájomného o 7,8 %. Za prvý kvartál podpísala

CTP nájomné zmluvy na 297 000 m². Obsadenosť nehnuteľností spoločnosti zostala vysoká, na úrovni 94 %. CTP pokračuje aj v rozširovaní fotovoltaických systémov.

Zdroj: Ctp.eu



FM Logistic má milión m² v strednej Európe

Jeden milión metrov štvorcových - to je plocha, ktorú má spoločnosť FM Logistic v súčasnosti k dispozícii v strednej Európe. Intenzívny rozvoj skladových aj prepravných aktivít spoločnosti za posledných 12 mesiacov viedol k otvoreniu nových lokalít: logistických platforiem a prekládkových



skladov. Rast obchodnej činnosti zabezpečovali predovšetkým e-commerce operácie pre nových a existujúcich zákazníkov prevádzkovateľa a rozvoj siete zberných miest. FM Logistic nadviazala nové partnerstvá s dvoma poprednými farmaceutickými firmami. Súčasťou portfólia sú skladové priestory s rozlohou 55 000 m² v Seredi, 65 % z celého biznisu v SR tvoria baliace a výrobné služby, tzv. co-packing a co-manufacturing služby.

Zdroj: Fmlogistic.sk

NABÍJAČKY SÚ SÚČASŤOU AGENDY ESG (2. ČASŤ)

V minulom čísle sme písali, že reťazce, nákupné centrá aj retailparky budú nabíjačky jednak v súlade s literou zákona, ale zároveň je to i bežná súčasť ich environmentálnej stratégie. Prispieva to k tomu, aby boli elektromobily atraktívnejšou voľbou.

Red, Zdroj: Greenway, SEVA, mojelektromobil.sk, Index, YahooFinance, Foto: GreenWay Infrastructure

Reťazce s prevahou predaja potravín

Ako sú na tom s budovaním nabíjačiek konkrétne siete? „Okrem zákonnej povinnosti budujeme nabíjacie stanice aj pri existujúcich predajniach, v záujme neustáleho zlepšovania služieb zákazníkom. Začiatkom roka 2022 sme centrálné zabezpečili 12 ks 50 kW nabíjajúcich staníc pre potreby systému COOP Jednota, z ktorých polovica bola už uvedená do prevádzky. Pri zvyšných šiestich nabíjajúcich staniciach prebiehajú rokovania na regionálnych úrovniach o konečnom mieste inštalácie,“ informoval **Michal Švrček**, riaditeľ sekcie IT a služieb, COOP Jednota Slovensko. Systém COOP Jednota spolupracuje pri inštalácii nabíjajúcich staníc s viacerými slovenskými dodávateľmi. „Spolupráca nám umožňuje rýchlejšie rozširovanie siete nabíjajúcich staníc na miestach, kde je najväčší dopyt zákazníkov. Zvolený model spolupráce s externými slovenskými partnermi, ktorí dodávajú nabíjacie stanice do vybraných lokalít, sa osvedčil a budeme v ňom pokračovať. Budúci rok plánujeme uviesť do prevádzky viac ako 40 staníc pre elektromobily, ktoré budú môcť využívať naši zákazníci po celom Slovensku,“ uvádza M. Švrček.

Špecifikom siete Tesco je to, že okrem retailu prevádzkuje aj 18 čerpacích staníc, zvyčajne v blízkosti hypermarketov. Aktuálne tiež má pre zákazníkov 8 nabíjajúcich staníc pre elektromobily a plug-in hybridy a 7 je vo výstavbe. Lidl má momentálne 80 miest, celá sieť mala v čase uzávierky čísla 165 predajní. Kaufland má nabíjačky pri 14 predajniach z celkových 77. Počas roku 2022 pribudli nabíjacie stanice pri nových

obchodných domoch v Nitre a v Tvrdošíne a na začiatku roka 2023 ešte vo Veľkom Mederi. Počas roka 2023 plánuje vybaviť elektronabíjačkami všetky nové prevádzky (čo vyplýva aj zo zákona) a aj niekoľko už fungujúcich. Billa má aktuálne 9 nabíjačiek. Na oficiálnej stránke METRO Cash & Carry veľkoobchodná sieť uvádza, že „pri každej prevádzke môžu naši zákazníci využiť nabíjacie stanice pre elektromobily“. Aktuálne má 6 predajní.

Bezplatná alebo platená služba?

Cenová politika pri poskytovaní služieb nabíjania je plne v rukách vlastníka, respektíve prevádzkovateľa konkrétnej nabíjacej stanice, teda v kontexte nášho článku, v rukách retailera. „Hoci prvé podobné služby boli aj na Slovensku poskytované bezplatne a slúžili na prilákanie zákazníkov, s ďalším nárastom počtu elektromobilov takýto model zrejme nie je dlhodobo udržateľný, alebo je udržateľný len v niektorých špecifických prípadoch, napríklad pri nákupe tovaru nad určitú hodnotu,“ myslí si **Boris Bukovský** z GreenWay Infrastructure a dodáva: „IT riešenia, ktoré bežia v pozadí najväčšej siete verejných nabíjajúcich staníc v strednej a východnej Európe, si vyvíjame svojpomocne, teda „in house“. Preto dokážeme operatívne vyriešiť najrôznejšie požiadavky klientov, vrátane špeciálnych kupónov na nabíjanie, ktoré môže obchodník poskytovať svojim zákazníkom. V každom prípade má však nastavenie parametrov služieb nabíjania v rukách vlastníka a/lebo prevádzkovateľa nabíjacej stanice.“

Úspory z rozsahu a úloha štátu

Práve stúpajúci počet nabíjajúcich staníc a počet elektromobilov by mal viesť k tomu, čo sa nazýva úspory z rozsahu. V minulom čísle sme uvádzali nelichotivé údaje za rok 2022, ale štatistiky za prvý polrok 2023, konkrétne od European Automobile Manufacturers' Association (ACEA) uvádzajú, že elektromobily tvorili už 2,3% podiel na celkových predajoch nových áut, plug-in hybridy 3 % a hybridné vozidlá 26,2 %. Okrem súkromného sektoru a majiteľov áut by mala zareagovať aj štátna správa. Asociácia SEVA zdôrazňuje, že podpora zo strany štátu je najdôležitejšia práve v tejto fáze rozvoja elektromobility, pričom kľúčové je dosiahnuť a prekonať hranicu 5 % podielu elektromobilov na všetkých predaných vozidlách. Napriek tomu, že za 1. polrok 2023 registrácie prudko vzrástli, stále dosahujeme pomer iba spomínaných 2,3 %. „Skúsenosti z iných krajín nám ukazujú, že práve 5% podiel elektromobilov na registráciách nových vozidiel je hranica, za ktorou sa dá do pohybu efekt snehovej gule a elektromobilita sa na trhu plne etabluje. Ak by sa zaviedli vhodné podporné opatrenia, 5% dosiahneme do troch rokov,“ объясňuje riaditeľ SEVA **Patrik Križanský**.

Samotní výrobcovia elektromobilov si uvedomujú, že keď sa zvýši legislatívny tlak na prechod na elektromobilu a zároveň sa stanú vozidlá dostupnejšie, kritickým bodom bude budovanie infraštruktúry. Inými slovami: ak nebude dostatok miest na dobíjanie, elektromobilia bude oproti konvenčným palivám stále v nevýhode. Nedávno sprístupnila automobilka Tesla svoje nabíjačky konkurentom Ford a General Motors. Analytik Wedbush Securities **Dan Ives** tento krok prirovnal k platforme Amazonu AWS. Amazon si ju spočiatku budoval pre seba, ale potom, ako ju otvoril pre tretie strany, stala sa táto cloudová služba jeho najvýnosnejším biznisom, ktorý prekonáva aj jeho retailové tržby.



SMURFIT KAPPA OBALY ŠTÚROVO: TVORIVÉ OSLAVY POLSTOROČNÉHO JUBILEA

Štúrovo má peknú a príjemnú pešiu zónu, ochladzuje ju fontána, z ktorej vyteká umelá riečka. V posledný, poriadne horúci augustový piatok bolo toto centrum mesta ešte živšie ako obvykle. Tunajší najväčší zamestnávateľ, Smurfit Kappa Obaly Štúrovo, tu spolu so širokou verejnosťou slávil svoje päťdesiate narodeniny. —

Miloš Nemeček, Štúrovo - Bratislava



www.smurfitkappa.sk



farebných kombinácií. Tak ako v neďalekej fabrike, kde pri tvorbe a výrobe obalov je tento aspekt veľmi dôležitý. Práve sem smerovala dôležitá časť významných technologických investícií posledného času.

Spojenie s prírodou a ekológia

O kúsok ďalej bolo treba do pripravených rámkov zakomponovať niečo prírodné, napríklad kvietok či kúsok zelene. Opäť príležitosť na detskú tvorivosť, ale aj dôležité poučenie a odkaz na to, čo je pre Smurfit Kappa Obaly Štúrovo úplne zásadné. Rešpekt k životnému a prírodnému prostrediu, ekológia, udržateľnosť. Aktívny prístup k týmto princípom je dnes pre výrobcu obalov i jeho klientov úplne prvoradý.

Spája sa s tým úsilie popredného svetového producenta obalov o zachovanie planéty

Popoludnie patrilo najmä deťom a interaktívnemu podujatiu Variácie s papierom. Bol to výborný nápad, ako najmladšej generácii priblížiť veľa zaujímavého z toho, čo táto fabrika robí a súčasne rozvíjať tvorivosť dievčat aj chlapcov. Možno niektorí z nich raz posilnia zostavu pracovníkov tohto veľmi perspektívneho a rešpektovaného výrobcu obalov...

Farby s nekonečnými možnosťami

Okolo tretej začalo prichádzať postupne čoraz viac detí, najmä tie menšie aj s rodičmi. Všetko už bolo nachystané na tvorivé popoludnie, ktoré pripravila zhruba tridsiatka zamestnancov kartonážky. Každý z nich, ľahko rozpoznateľný podľa tmavomodrého trička s logom firmy, bol ochotný stať sa pomocníkom deťúreniec na jednotlivých zastávkach cesty cez Va-

riácie s papierom. Zástupcov časopisu Instore sa ujal ten najzasvätenejší sprievodca, **Július Mazan**, manažér oddelenia inovácií a dizajnu, s ktorým dlhodobo spolupracujeme pri prezentácii Smurfit Kappa Obaly Štúrovo.

Na prvej zastávke pre malých účastníkov čakala možnosť pripravenými farbami pomalovať domček alebo autíčko z lepenky. Nielen sa pri tom zabavili a uplatnili svoju fantáziu, ale aj dozvedeli zásadné veci o farbách. Najmä to, že sú štyri základné a z nich sa dá vyčarovať nekonečné množstvo





pre ľudstvo, kde nám už hodiny nebezpečne tikajú – a súčasne veľmi významný hospodársky prínos pre výrobcu i jeho klientov a partnerov. Čoraz viac sa ukazuje, že progresívne, ekologické a udržateľné obaly sú súčasne v konečnom dôsledku ekonomicky najvýhodnejšie. Jeden zo stánkov bol zameraný na výuku o správnej separácii rôznych druhov odpadu, ako plasty, papier, sklo, kov a iné. Hravou formou zamestnanci ukazovali deťom, ktorý druh odpadu kam patrí a prečo a čo z neho môže následne vzniknúť.

Čo dokáže papier

Na ďalších zastávkach sa možno presvedčiť, čo všetko dokáže a vydrží papier, v tomto prípade vlnitá lepenka, ktorá je hlavným materiálom pre štúrovských výrobcov obalov. Z veľkého množstva krabíc si decká mohli stavať hrady, pyramídy, iglu, čo koho napadlo a čo zvládol. O kúsok ďalej sa dalo vyskúšať, akú záťaž znesie nevelká mriežka z lepenky. Mohli sa na ňu postaviť nielen malí, ale aj dospeláci, veď ako sme sa dozvedeli, znesie celoplošný tlak až okolo 400 kilogramov. Najlepším dôkazom bol mostík z tohto materiálu ponad riečku, vytekajúcu z fontány. Smelo cez ňu mohla prejsť spolu aj celá rodina...



Je to dlhodobé zameranie firmy, ktorá je kľúčovým zamestnávateľom pre mesto aj región a tiež dobrý zodpovedný sused a partner. Spolupracuje so samosprávou aj ďalšími organizáciami, pomáha vo viacerých oblastiach, jej zamestnanci sa zapájajú do rôznych aktivít. A vôbec nie je náhoda, že najväčšia pozornosť patrí mladej generácii a snahe prebúdzat jej tvorivosť a vzťah k spoločnosti i životnému prostrediu.

Na pracovnom poli Smurfit Kappa Obaly Štúrovo oslavuje svoje okrúhle narodeniny tým najlepším spôsobom. Práve v jubilejnom roku vrcholí trojročné obdobie významných technologických investícií a inovácií, ktoré znamenajú zásadné zvýšenie kapacity aj kvalitatívnych parametrov na prospech súčasných aj potenciálnych zákazníkov. A významne prispieva k rozvoju spoločnosti pokiaľ ide o ekonomické výsledky aj spoločenskú zodpovednosť a udržateľnosť.

A keď je k dispozícii voda, je tu možnosť ukázať, že ani tej sa tento materiál nebojí. Pekné papierové loďky dostali vode odolný náter, na radosť detí, ktoré ich púšťajú, veselo a neporušene plávajú dolu riečkou. Ďalšie skvelé nápady, ako veľmi interaktívne najmladším ukázať, s akým mimoriadnym materiálom pracujú v Smurfit Kappa Obaly Štúrovo.

Spoločne s miestnou komunitou

Popoludnie s deťmi nebolo jediné, čo vyplnilo tento deň na oslavu polstoročnice. Večer nasledoval pre širokú verejnosť koncert populárneho speváka Adama Ďuricu. A popoludní aj po koncerte premietali filmy o histórii fabríky aj mesta. Oslavovalo sa spoločne s miestnou komunitou.

Smurfit Kappa Obaly
Štúrovo - 50 výročie



VISA SLOVAK TOP SHOP VSTUPUJE DO TRETIEHO ROKU PÔSOBNIA V SR

Projekt Visa Slovak Top Shop, ktorého je instore Slovakia súčasťou od jeho začiatku na Slovensku, v lete vstúpil do tretieho roku pôsobenia v SR. Počas slávnostného obeda partneri a kolegovia konštatovali, že v súčasnosti je projekt prakticky jediné takto komplexné a dlhodobé hodnotenie kamenných retailových prevádzok u nás. —

Red, zdroj: Visa Slovak Top Shop, Foto: Šuvada VISUAL ADVENTURE s.r.o.



2. narodeniny VSTS na Slovensku

Oslava 2. narodenín slovenskej „odnože“ Visa Slovak Top Shop sa niesla v slávnostnej atmosfére, v kruhu partnerov projektu a výhercov doterajších ročníkov. „Visa Slovak Top Shop je určený pre všetky maloobchodné predajne na Slovensku. S radosťou sme sa do tohto projektu zapojili ako ti-

tulárny partner a tešíme sa, že na Slovensku máme predajne, ktoré sú jedinečné a vďaka tejto súťaži ich môžeme oceňovať a zviditeľňovať,“ povedala pri príležitosti 2. narodenín projektu Ľubica Gubová, Country manažérka Visa pre Slovensko.

Novým partnerom súťaže sa stala značka elektroniky Sencor, ktorá je známa nielen v segmente



retailu s elektronikou a u konečných spotrebiteľov, ale aj v rámci biznisovej sféry.

Víťazi za mesiac jún 2023

1. Miesto - Möbelix, Východná, Trnava

Finalistom za mesiac jún sa stala najkrajšia a najväčšia predajňa Möbelix na Slovensku. Túto unikátnu prevádzku nájdu zákazníci v Trnave. Vďaka polohe získala predajňa väčší priestor a netypické tri nadzemné podlažia. Ďalšou zaujímavosťou sú aj rôzne environmentálne prvky ako napríklad zelená strecha, či zadržiavanie dažďovej vody. V rámci predajne nakupujúci ocenia výbornú prezentáciu tovaru a služieb. Za využitie digitálnych technológií a POP komunikáciu získali od našich inšpektorov vysoké známky v hodnotení a aj tým zabezpečili prevádzke miesto vo finále súťaže Visa Slovak Top Shop 2023.

2. Miesto – Bogner, Továrnská 12, Bratislava

Krásny, čistý a nový priestor predajne Bogner nájdete v bratislavskom Sky Parku na Továrnskej ulici. Športová predajňa s prémiovou módou upúta svojich zákazníkov vystavením a prezentáciou tovaru. Inšpektori udelili predajni vyššie hodnotenie za exteriér a interiér predajne, za úhľadné vystavenie tovaru či kútik na kávu, ktorý sa v predajniach s oblečením stáva už takmer ich pevnou súčasťou.

3. Miesto - ProGlass, Gorkého 3, Bratislava

Tretie miesto v júnovom hodnotení získala menšia predajňa v centre Bratislavy. Prevádzka ProGlass ponúka zákazníkom široký výber luxusných výrobkov zo skla. Inšpektorov súťaže Visa Slovak Top Shop ohromila najmä svojim krásnym vystavením, čistotou a označením. Najvyššiu známku získala však predajňa za excelentný prístup personálu. Gratulujeme!

Víťazi za mesiac júl 2023

1.miesto – St. Martin Pharmacia, Panská 172/33, Bratislava

Čarovný priestor lekárne St. Martin Pharmacia nájdete v Csákyho paláci v historickom centre Bratislavy. Tradičná lekáreň, ktorej zámerom je



MÖBELIX

PROGLASS

2

1

3

Vítazi mesiaca 6/2023

spojiť múdrosť, krásy minulosti a zdravie na jednom mieste. Súčasťou lekárne je aj galéria, kde sú vyobrazené zdravé rady z knihy Zelinkár od Juraja Fándlyho z roku 1793. Texty sú obohatené ilustráciami bylín z rovnakého obdobia. Dominantou lekárne nie sú len lieky, ale aj kolekcie bylinných čajov, mydiel, vôní pre domov a parfumov zo Slovenska, Talianska, Francúzska a Portugalska. Pri vstupe očarí každého zákazníka pozlátený strop, ktorý dokonale dotvára príjemnú a luxusnú atmosféru. Tento netradičný lekárenský koncept si právom zaslúži prvé miesto nie len za estetiku, dizajn a nádherné vystavenie tovaru, ale aj za vytvorenej dokonalejšej atmosféry, ktorá ohúri vaše zmysly.



MOYYY

ST. MARTIN
PHARMACIAFIORI
KVEŤY A BYTOVÉ DOPLNKY

2

1

3

Vítazi mesiaca 7/2023



Lubica Gubová, Country Manager Slovakia, Visa
a Martin Pitoňák, CEO, St. Martin Pharmacia

Odovzdávanie ocenení v prevádzke SMART LIGHT

Vítaz mesiaca máj 2023, špecializovaná predajňa SMART LIGHT určite patrí medzi prevádzky, ktoré poskytujú zákaznícky zážitok a profesionálny prístup. Prevádzka je totiž určená predovšetkým profesionálom, architektom, projektantom a ich klientom a biznis klientele. Spoločnosť dodávala osvetlenie napríklad aj do prevádzok Likérka Trenčianske Teplice a MT Biker v Pradiarni 1900, ktoré boli ocenené v projekte Visa Slovak Top Shop.

2. miesto – MOOYYY, Aupark, Bratislava

Druhé miesto v súťaži Visa Slovak Top získala predajňa šperkov MOOYYY v nákupnom centre Aupark v Bratislave. Čisté línie, jednoduché vystavenie, netradičný interiér a minimalistický koncept. Predajňa zaujme zákazníkov svojim čierno bielym prevedením interiéru a vystavením tovaru. Práve za tieto prvky udelili naši inšpektori tomuto priestoru vysoké známky. Najvyššie hodnotenie si však vyslúžil personál, ktorí dotvoril dokonalý zákaznícky zážitok. Zaujímavosťou predajne je aj to, že na kolekciách šperkov sa podieľajú rôzni českí dizajnéri.

3.miesto – Kvety FIORI, Kmetkova 335/12, Nitra

Tretie miesto za mesiac júl putuje do Nitry. Nájdete tu veľmi vkusné kvetinárstvo – Kvety FIORI. Samotní majitelia tvoria priamo aj personál predajne a ku každému zákazníkovi pristupujú s citom a veľmi profesionálne, za čo získali od inšpektorov vysoké hodnotenie. Ďalším vysoko ohodnoteným atribútom je estetické a štýlové vystavenie tovaru, prevedenie obchodíku, ktorý vyzerá vkusne už na prvý pohľad. Orientácia v predajni je veľmi jednoduchá, tovar je označený cenovkami a možná je samozrejme aj platba kartou, mobilom či hodinkami.

Smart Light



St. Martin Pharmacia



Z HOME OFFICE SPÄŤ DO KANCELÁRIÍ (1. ČASŤ)

Z prieskumu realitno-konzultačnej firmy Cushman & Wakefield vyplýva, že drvivá väčšina slovenských firiem si myslí, že hybridný model práce poskytuje zamestnancom rôzne výhody oproti iba práci v kancelárii a takmer 90 % firiem poskytuje prácu aj z domu. Aktuálne sa osvedčuje pomer 3:2 a 2:3, teda tri dni v kancelárii a dva dni dištančnej práce. Novej situácii sa prispôbujú budovy, mobiliár aj technologické vybavenie. —

Red, Zdroj a foto: Logitech, Samsung, C&W, Canon, Kingston, RIM CZ, Telekom

Kancelárie sú stále dôležité, napríklad pre vytváranie firemnej kultúry alebo ako priestor pre socializáciu a spoluprácu. Kancelárie sa ale prispôbujú pre efektívny hybridný model práce. Zamestnancov motivujú moderné technologické riešenia, kvalitné vybavenie na konferenčné a video hovory, možnosť rezervácie pracovných staníc a synchronizácie dát pri práci z domu. To sú podľa C&W najžiadanejšie technológie v súdobých kanceláriách. Žiadané sú tiež automatické nastavenie teploty a osvetlenia (tienenie, úprava farby a intenzity svetla) podľa exteriéru alebo meranie CO₂ v kancelárskych priestoroch. Ak odhliadneme od výšky prenájmu, zvýšil sa teda počet iných faktorov, ktoré rozhodujú v prospech danej administratívnej budovy. Napokon prísnejšie požiadavky na energetickú efektívnosť, environmentálne certifikáty či dostatok slnečného svetla priamo vedú k šetreniu prevádzkových nákladov, čo sa premieňa aj do výšky nájomného.

Možno povedať, že firmy po pandémie potrebujú menej dedikovaných miest a teda aj menšiu výmeru kancelárií. Prechádzajú na modely práce, pri ktorých zamestnanci nemajú pevné pracovné miesto. Na trend hybridnej práce rýchlo zareagovali aj dodávatelia vybavenia pre kancelárie. „Kolekcia Agility (1, 2) je založená na myšlienke rýchlej zmeny kancelárie podľa aktuálnej potreby – od miesta vhodného na sústredenie až po miesto vhodné na komunikáciu a spoluprácu. Cieľom je vytvoriť ľuďom ideálne podmienky pre ich momentálnu činnosť. Vďaka rôznorodej skladbe produk-

tov je možné aj počas jedného dňa prostredie ľahko a rýchlo prispôbiť na prácu, relaxáciu alebo stretávanie,“ vysvetľuje **Michal Hotmar** zo spoločnosti RIM CZ. Základom sú kolieska a nízka hmotnosť nábytku, ktorý je zároveň vyrobený s dôrazom na udržateľnosť a dlhodobú životnosť.

S presúvaním sa medzi home office a kanceláriou počas týždňa súvisí aj vyšší dôraz na zariadenia pre zabezpečený prenos údajov. „Zákazníci hľadajú pohodlné, rýchle a spoľahlivé úložisko za dostupnú cenu. SSD disk XS1000 sme navrhli ako kompaktný a elegantný, no má len polovičnú veľkosť štandardného SSD (3). Disk je k dispozícii v kapacitách 1 a 2 TB,“ uviedla **Liny Cheliyan**, obchodná manažérka pre Flash a SSD disky Kingston v regióne EMEA.

Hangu Sohn, viceprezident tímu pre pamäťové médiá v Samsung Electronics: „Nároky na obsah vo vysokom rozlíšení a na ultrarýchle spracovanie dát neustále rastú a úložné priestory s rozhraním NVMe sú pre nové disky úplne zásadné.“ Firma Samsung len nedávno predstavila nový prírastok do radu SSD diskov 990 PRO s kapacitou 4 TB (4). V rade 990 PRO sú k dispozícii disky so zbernicou PCIe 4.0, technológiou Samsung V-NAND ôsmej generácie (V8) a vylepšeným ovládačom vlastnej výroby.

Prieskum spoločnosti McKinsey Social Capital zistil, že zamestnanci často uvádzajú, že sa pri hybridnej práci cítia menej prepojení so spolupracovníkmi v rámci svojich firemných sietí.

Prostredníctvom hardvéru (dokovacej stanice) Logi Dock Flex (5) a služby Logitech pre rezerváciu stolov si môžu zamestnanci plánovať dni v kancelárii so svojimi tímami, rezervovať si stôl pomocou Logi Tune a informovať o tom pomocou aplikácie svojich kolegov. Po príchode na pracovisko sa potom môžu jedným USB káblom jednoducho pripojiť k dokovacej stanici a pustiť sa do práce.



Túto jeseň k existujúcemu radu tlačiarň Canon MAXIFY GX pribudnú nové modely Canon MAXIFY GX1040/GX2040 (6) so zásobníkmi atramentu MegaTank pre hybridných pracovníkov a domáce kancelárie. Obe tieto tlačiarne boli navrhnuté tak, aby poskytovali kvalitné výstupy a pohodlie pri ovládaní a zodpovedali špecifickým potrebám a nárokom rôznych pracovných prostredí.



Logitech MX Anywhere 3S (7) z prémiovej rady Master prináša rýchlosť, presnosť a tichosť elektromagnetického rolovania MagSpeed. Bezdrôtová kompaktná myš je ideálna pre profesionálov, ktorí potrebujú kedykoľvek a kdekoľvek

maximálny výkon, mobilitu a pohodlie pri práci. Využíva disponuje optickým snímačom s rozlíšením 8K DPI, ktorý dokáže pracovať prakticky na ľubovoľnom povrchu vrátane skla, takže ju môžu nosiť so sebou na rôzne pracovné miesta v kancelárii alebo pri dištančnej práci či doma.



Telekom uviedol T Tablet i vylepšené T Phone modely

Štart nového T Tablet ponúka konektivitu, zábavu, vzdelanie a využitie 5G väčšiemu počtu záujemcov. T



Tablet ponúka 10,4" displej, má eSIM, 8-megapixelový predný fotoaparát, 128 GB internej pamäte i podporu SD kariet. Novinka v y c h á d z a z expertízy a skúseností

z viacerých generácií T Phonov (známych v US pod značkou REVVL).

T Tablet je aj výsledkom pokračujúceho partnerstva Deutsche Telekomu so softvérovým lídrom Google. Vláňajší štart T Phone nasledovaný novým T Tabletom využíva všetky výhody: kombinuje kvalitný hardvér, softvér i sieť pre plnohodnotný zážitok. Zariadenie obsahuje prístup do Google Kids Space, Google Enterta-

inment Space a navyše ponúka 100GB Google One úložiska na tri mesiace zdarma.

„Nasledujúc motto Deutsche Telekomu, že sa nezastavíme, kým nebude každý pripojený, rozširujeme tento rok naše T Phone portfólio o nové zariadenia. Posledných 10 mesiacov ukázalo, že T Phone má svoje miesto na trhu a sme spokojní s predajom i pozitívnou spätnou väzbou. Sme radi, že prinášame nové funkcie pre T Phone. A oveľa viac nás teší, že výrazne rozšírimo ponuku 5G zariadení o nový T



Tablet, ktorý umožní ešte väčšiemu množstvu používateľov využiť našu sieť na vzdelávanie, zábavu, prácu či komunikáciu. Pre uvedenie noviniek sme zvolili obdobie začiatku školského roka, aby sme využili príležitosť a priniesli

T Phone a T Tablet pre žiakov, študentov a ich rodičov,“ uviedol Mladen Mitič, riaditeľ B2C segmentu Slovak Telekomu.

Popri štarte nového T Tablet uvedie Telekom aj vylepšené verzie T Phone a T Phone Pro. Ponúknu nové farby (Moonlight Blue pre T Phone

Pro, Dusty Grey pre T Phone), väčšiu ROM pamäť plus NFC a vylepšený predný fotoaparát pre T Phone. Oba modely budú mať už operačný systém Android 13.



T Tablet a vylepšené T Phone a T Phone Pro sú k dispozícii na predajniach i e-shope spolu s novým T príslušenstvom ako obalmi a bezdrôtovými slúchadlami s funkciou aktívneho potlačania hluku (Active Noise Cancelling). Vylepšený T Phone je k dispozícii za plnú cenu 189 EUR, T Phone Pro za 229 EUR a T Tablet za 209 EUR.

Telekom predstavil aj nové portfólio mobilných paušálov, ktoré sú v predaji od 5. septembra 2023. Zjednodušená ponuka prináša šesť paušálov s väčšími objemami dát či rýchlosťami, vďaka ktorým zákazníci budú môcť byť stále pripojení a využívať benefity najnovších mobilných sietí ako 5G.

IQOS PONÚKA SPÄTNÝ ZBER STARŠÍCH BEZDYMŮVÝCH ZARIADENÍ

Inovácie v technológiách napredujú neuveriteľným tempom, čo významne ovplyvňuje správanie spotrebiteľov. Sú naklonení častejšie výmene či kúpe nových mobilov a elektroniky, ale aj bezdymových zariadení, pričom staršie zariadenia končia na dne zásuviek. Lepšie využitie by pritom našli pri recyklácii a ďalšej výrobe.

pti

Aj keď nabíjačka na mobil dnes už nie je bežnou súčasťou výbavy pri kúpe nového zariadenia, napriek tomu sa ich v domácnosti nájde hneď niekoľko. Mnohé z nich pritom nemajú žiadne využitie. Práve v takýchto prípadoch je dobré z času na čas urobiť revíziu v skriniach a zásuvkách, kde nepotrebnú elektroniku, káble a rôzne staršie zariadenia skladujeme. Čo s nimi robiť?

Nepoužívané smartfóny môžu spotrebiteľia odovzdať u svojho operátora, rovnako aj nefunkčné a staré spotrebiče sa vracajú do spätného zberu cez predajne elektrospotrebičov. Ak sú však ešte funkčné, a jediná vada je to, že nie sú najmodernejším trendom, vynikajúcim riešením sú rôzne online bazáre, kde sa dajú predat' za symbolickú sumu, alebo darovať za odvoz ľuďom, ktorí si nové zariadenia nemôžu dovoliť.

Vedeli ste, že vrátiť sa dajú aj staršie zariadenia od IQOS? Stačí ho priniesť do akejkoľvek IQOS predajne a vložiť ho do špeciálneho zberného boxu, prípadne ho odovzdať obsluhu v predajni. Recyklovaný materiál bude použitý v ďalšej výrobe, napríklad pri výrobe energie.

Keď staré nahradí nové

Bездymové zariadenie IQOS ILUMA tabak nespáľuje, ale iba nahrieva. A tak nevzniká žiadny dym a ani popol. Ide o prelomovú technológiu indukčného nahrievania taba-

ku. Pri používaní bezdymových zariadení vzniká aerosól, ktorý obsahuje výrazne menej škodlivín ako cigaretový dym. Tieto bezdymové zariadenia bez nahrievacej čepele ponúkajú čistejší spôsob ohrevu priamo zo stredu náplne. Dospelí užívatelia si môžu vychutnať konzistentnejší zážitok bez zvyškov tabaku.

Бездымové zariadenia IQOS nie sú bez rizika. Dodávajú nikotín, ktorý je návykový. Sú určené len pre dospelých, ktorí by inak pokračovali vo fajčení alebo užívaní iných nikotínových výrobkov.



NÁVRAT KU KOREŇOM

Podtitul výstavy Agrokomplex 2023 pripomína, že by sme mali byť hrdí na to, čo nám zanechali naši predkovia. Výstavisko v Nitre na ploche takmer 64 000 m² preto žilo nielen symbolikou národných dožínok, ale aj ďalších tradičných remesiel. Symbolické bolo i odovzdávanie ocenenia Značka kvality, ktoré je dôkazom toho, že na Slovensku stále máme šikovných producentov potravín.

Red, Zdroj a foto: red, Agrokomplex, MPRV SR



Dožinky, drony a roboty

Dožinky, čiže slávnostné ukončenie žatvy a poďakovanie za vypestovanú úrodu, boli tradičným vyvrcholením poľnohospodárskeho roka. „Podtitul výstavy ‚Návrat ku koreňom‘ naznačuje, že sa výstava niesla v duchu našich zvykov, tradícií, či remesiel. Späť ku koreňom sme sa vrátili aj doslovne, prostredníctvom odborných prednášok o regeneratívnom a precíznom poľnohospodárstve, ktoré sú šetrné k ekosystémom a pôde. Nechýbali ani novinky v oblasti dobrých životných podmienok chovu hospodárskych zvierat,“ uviedol minister pôdohospodárstva a rozvoja vidieka SR Jozef Bireš. Ľudovít Ódor, predseda vlády SR počas slávnostného otvorenia výstavy spomenul, že pôdohospodárstvo má štyri dlhodobé priority: 1. reakcia na klimatické zmeny, 2. reakcia na technologické trendy a zlepšovanie imidžu pôdohospodárstva, 3. zvyšovanie a celenie podpory EÚ a 4. vyzdvihnutie strategického významu vody a pôdy. Ľ. Ódor zároveň zdôraznil, že musíme reagovať aj na geopolitickú situáciu, aktuálne napríklad na tranzit obilia z Ukrajiny.

Tohtoročného Agrokomplexu sa zúčastnilo 450 vystavovateľov z 8 krajín sveta. O tom, že i tradičné odvetvie sa zásadným spôsobom

modernizuje, svedčilo niekoľko firiem, ktoré vystavovali drony a samočinné roboty. Atraktívna a súdobá bola samozrejme aj iná technika, ako mobilné kuríny, ale predovšetkým rôzne druhy traktorov a predovšetkým pre detských návštevníkov. Napokon deti sú budúcnosťou odvetvia, ak nebude pre nich atraktívne, vidiek sa bude ďalej vyľudňovať. Pritom práca v pôdohospodárstve si zaslúži uznanie a náležité spoločenské postavenie. Pôjde teda Slovensko cestou budovania „skanzenu“, alebo bude naše poľnohospodárstvo plniť kľúčovú úlohu? Aj o tom vyše dve hodiny diskutovala silná zostava bývalých ministeriek a ministrov pôdohospodárstva.

Čo zaseješ, to zožneš

Smrdí vidiek? Je to „vôňa vidieka“. I takto je možné nazerať na príťažlivosť či odpor k vidieku a v prenesenom významne i k pôdohospodárstvu ako takému. Ex-ministri a ex-ministerky sa zhodli na tom, že vidiek je pre mladých málo atraktívny a odvetvia pôdohospodárstva, ale aj lesníctva, sú mimo zorný uhol ich záujmov. Paradoxne „rozvoj vidieka“, ktorý pribudol k názvu ministerstva v roku 2004, sa nedarí realizovať podľa predstáv. Vytrácajú sa miestne akčné skupiny, obytné družstvá, prílišná byrokracia brzdí alebo znemožňuje financovanie zmysluplných projektov, najmä menších firiem. A vidiek to cíti.

Hoci existujú alebo sú rozpracované koncepcie, štrukturálne politiky a mnohostránkové



analýzy, pretavenie cieľov do praxe sa darí len čiastočne. Faktom je, že v krajinách, v ktorých majú vysokú potravinovú sebestačnosť, majú najmenšie zvýšenie cien potravín. Rozvoj vidieka aj pôdohospodárstva komplikujú aj meniace sa podnikateľské podmienky a komplikovaný mechanizmus prideľovania subvencií a dotácií. V slovenskom pôdohospodárstve pritom pracuje 55 000 ľudí a zhruba rovnaký počet v potravinárstve. Pomohla by diverzifikácia pro-



dukcie a podpora aj pre jednotlivcov. Ak sú ale ceny v reťazcoch nízke a dostupnosť potravín široká, vlastný chov sliepok a pestovanie plodín na záhradách upadajú. Diskutujúci boli vo svojich agendách z minulosti konzistentní. Zazneli evergreeny ako dvojaká kvalita potravín, nákupy pod výrobné ceny, fragmentácia krajiny, protierózne opatrenia, „hitparády“ obchodných reťazcov, 80 % domácej produkcie na pultoch aj predaj domácej jahňaciny v retaile, ale aj ponosy na slabú popularizáciu odvetvia v médiách. Všeobecná zhoda však nastala pri problematike majetkovej roztrieštenosti poľnohospodárskej pôdy. Jednoducho nie je možné mať vyše 3500 katastrálnych území a 108 miliónov zápisov vlastníckych a spoluvlastníckych vzťahov. Pozemkové úpravy a ochrana pôdy a vody sú aj hlavný odkaz diskusie a priorita pre budúce vedenie ministerstva.

Značka kvality: Pribudlo 15 nových výrobcov

Vo svetle uvedeného je len dobre, že Agrokomplex vytvára priestor pre ocenenie ľudí a firiem, ktorí výrazne prispeli k rozvoju rezortu. Tento rok bola udelené označenie Značka kvality pre 128 potravinárskych výrobkov od 34 firiem. Minister pôdohospodárstva a rozvoja vidieka SR Jozef Bireš slávnostne odovzdal dekréty výrobcom potravín, ktorí splnili pri výrobe týchto produktov prísne požiadavky na kvalitu zloženia výrobku i výrobný proces.

„Stále viac slovenských potravinárov dbá o vysokú kvalitu svojich výrobkov, čo je veľmi dobrá správa pre našich spotrebiteľov. Označenie „Značka kvality“ je garanciou, že výrobok vyrobili z domácich surovín a spĺňa prísne kvalitatívne kritériá. Misiou nášho rezortu je okrem podpory a propagácie domáceho potravinárstva aj zvyšovanie povedomia spotrebiteľov o uprednostňovaní kvality pred kvantitou a následným plytvaním potravinami. A naše domáce potraviny kvalitné bezpochyby sú,“ uviedol minister.

Aktuálne je označených Značkou kvality 1 155 výrobkov od 261 výrobcov, pričom do zoznamu pribudlo 15 nových výrobcov, ktorí sa doteraz o Značku kvality neuchádzali. Značka kvality bola uvedená v roku 2004, kedy vznikol Národný program podpory poľnohospodárskych produktov a potravín Značka kvality na podporu spotreby domá-

Zoznam ocenených spoločností

- FantastiCo s.r.o.
- NELAPEK s.r.o.
- Pekáreň Judita Gulyášová s.r.o.
- Celpo spol.sr.o.
- AT DUNAJ, spol. s r.o.
- LEVICKÉ MLIEKÁRNE, a.s.
- Agrofarma Dianiška
- Syrárň Havran, a.s.
- KOLIBA, a.s.
- Ing Lucia Hredzáková
- EUROMILK, a.s.
- AGRO TAMI, a.s.
- ŠKOLSKÉ HOSPODÁRSTVO - BÚŠLAK spol., s.r.o.
- Cannalife s.r.o.
- Alena Bernadičová - TEKVIČKA
- AGROMINI spol. s r.o.
- ERCE, s.r.o.
- HOTOVKY FOOD s.r.o.
- Oravský dvor SK, s.r.o.
- Jakub Ilavský s.r.o.
- Homonitrianske bane Prievidza, a.s. v skratke HBP, a.s.
- Mäso Melek, s.r.o.
- DANUBIUS spol. s r.o.
- Branislav Oremus – SLOVKVET
- Agrokarpáty, s.r.o Plavnica
- Istermeat a.s.
- Agrofarma Červený Kameň
- AGROSTAAR KB spol. s r.o.
- Ing. Boris Sabol
- Vladimír Sabol Včelia farma Okružle
- SLADOVNĽA, a.s. Michalovce
- INTEGRA s.r.o.
- LAKLA s.r.o.
- VIŇA VINICOLA SK s.r.o.

cej potravinovej produkcie v rozrastajúcom sa konkurenčnom prostredí po vstupe Slovenska do EÚ. Cieľom je zviditeľňovať domáce kvalitné výrobky a posilniť ich konkurencieschopnosť na domácom trhu.



OBERÚ NÁS ROBOTY O PRÁCU?

Kdesi v pamäti mi ešte z detstva rezonuje, ako mama zvučným „drótovať, flékovať!“ napodobňovala drotárov, ktorí sa z času na čas objavili na našej ulici. Ako dieťa som tomu nerozumel a rodičia mi museli vysvetliť, že drôtovaním a flékovaním je myslená oprava starých deravých hrncov, ktoré ani niekoľko rokov po druhej svetovej vojne nekončili na šrotovisku, ale prechádzali rukami skúseného drotára. Vo svete v tom čase existovali aj iné druhy dnes neznámych remesiel či povolání, napr. zdvíhač bowlingových kolkov alebo spojovateľka. Prepájanie telefonických hovorov bolo bežné najmä pri medzimestských alebo diaľkových volaniach. Ďalej existovali rôzni brúsiči, dohadzovači, pisárky, roznášači mlieka či obsluhovači výťahu. S príchodom digitálnych telekomunikačných prostriedkov si spojovateľky museli nájsť nové zamestnanie. A na mnohé ďalšie pozície si už ani nespomenieme. No schválne, vedeli by ste vymenovať aspoň jednu? —

Zdroj: Amrop, Fotografie: Freepik a archív Amrop

Michal Lukáč,
Amrop Partner

V minuloročnej štúdii Davida Autora z MIT (D. Autor, C. Chin, A. Salomons and B. Seegmiller, New Frontiers: The Origin and Content of New Work 1940-2018) sa uvádza, že 60 % dnešných pracovníkov je zamestnaných v povolaniach, ktoré v roku 1940 vôbec neexistovali. To znamená, že viac ako 85 % rastu zamestnanosti za posledných 80 rokov súvisí s novými technológiami a automatizáciou. Vo výrobných spoločnostiach je počet týchto povolání na úrovni 46 %. Autori v závere konštatujú, že väčšina nedávnych štúdií sa zameriava na nahrádzanie existujúcich pracovných miest prostredníctvom automatizácie a robotizácie, avšak mlčí o vyrovnávacej schopnosti opätovného zamestnávania pracovnej sily, ktorá vzniká tvorbou nových pra-

covných úloh a náplní vyžadujúcich špecifickú ľudskú expertnosť alebo formu špecializácie.

Automatizácia a robotizácia často súvisia s nahrádzaním existujúcich pracovných úloh opakujúceho sa alebo jednotvárneho charakteru a môžu mať obmedzený vplyv na vytváranie nových pracovných miest. Nové pracovné miesta častejšie vznikajú v dôsledku rozšírenia existujúcich povolání a vzniku nových odborov, ktoré vyžadujú špecializované ľudské znalosti a schopnosti. Celkovo je vznik nových pracovných miest komplexný proces ovplyvnený mnohými ďalšími faktormi, akými sú technologické inovácie, šoky dopytu, demografické zmeny, environmentálne zmeny, zmeny preferencií a ďalšie. Keď sa na to pozrieme zjednodušene – polovica povolání, ktorá existovala pred 80 rokmi, dnes už neexistuje. Navyše polovicu tých dnešných ľudí nebude poznať o ďalších 80 rokoch. A možno oveľa skôr.

Veru, vôbec nie je reč o ďalekej budúcnosti. Pre mnohých futuristické pozície sú už realitou – my sami v Amrope sme v rámci Executive Search poradenských riešení už niekoľko takýchto postov obsadili. Aby sme boli konkrétni, tu je niekoľko príkladov pracovných pozícií, ktoré vznikli vďaka robotizácii:

- 1. Manažér digitalizácie:** vedie a koordinuje projekty zamerané na zvyšovanie podielu inovácií, zabezpečuje implementáciu výrobných systémov, softvérových a technologických riešení súvisiacich s robotizáciou a automatizáciou. Hlavným cieľom manažéra digitalizácie je zefektívniť procesy v organizácii a zlepšiť výkon pomocou využitia moderných digitálnych nástrojov a technológií.
- 2. Automatizačný inžinier:** jeho rola zahŕňa návrh, implementáciu a udržiavanie automatizovaných systémov vo výrobnom procese. Automatizační inžinieri pracujú na integrovaní robotiky, umelej inteligencie a ďalších pokročilých technológií s cieľom zefektívniť prevádzku a zlepšiť efektivitu.
- 3. Dátový analytik:** S narastajúcou digitalizáciou výrobných procesov sa stáva dátová analýza kľúčová. Dátoví analytici interpretujú veľké množstvá výrobných dát, aby identifikovali trendy, vzory a príležitosti na zlepšenie. Pomáhajú optimalizovať výrobné procesy, minimalizovať výpadky a zlepšovať celkový prevádzkový výkon.
- 4. Špecialista na priemyselný internet vecí (IIoT):** IIoT špecialisti sa zameriavajú na využívanie internetom pripojených zariadení a snímačov na získavanie údajov v reálnom čase zo strojov a z vybavenia na výrobné



ploche. Zabezpečujú bezproblémové pripojenie, monitorujú výkon systému a identifikujú príležitosti na optimalizáciu procesov a prediktívnu údržbu.

5. **Manažér kybernetickej bezpečnosti:** Zároveň s tým, ako výrobné spoločnosti implementujú digitalizáciu, rastie nevyhnutnosť ochrany kritických systémov a údajov pred kybernetickými hrozbami. Analytici a manažéri kybernetickej bezpečnosti sa špecializujú na zabezpečenie výrobných sietí, identifikujú zraniteľnosti, implementujú ochranné opatrenia a reagujú na potenciálne porušenia alebo incidenty.
6. **Technik aditívneho výrobného procesu:** Títo odborníci, známi aj ako technici tlače 3D, prevádzkujú a udržiavajú stroje pre aditívne výrobné procesy. Spolupracujú s inžiniermi pri vytváraní prototypov, optimalizácii výrobných postupov a odstraňovaní problémov súvisiacich s technológiami aditívneho výrobného procesu.
7. **Špecialista na virtuálnu realitu/augmented reality (VR/AR):** S rozvojom VR a AR technológií sa otvárajú nové pracovné príležitosti pre odborníkov, ktorí sa venujú vývoju a využitiu týchto interaktívnych a simulovaných prostredí.

A aké sú možné pozície budúcnosti?

- ✓ **Manažér tímu robot – človek:** S tým, ako sa umelá inteligencia a ďalšie technológie čoraz viac integrujú do pracovného prostredia a spoločnosti sa pri dosahovaní cieľov čoraz viac spoliehajú na spoluprácu ľudí a strojov, nastupuje manažér pre tímovú spoluprácu ľudí a strojov, ktorého úlohou bude zabezpečiť, aby všetky inteligencie dobre spolupracovali, dokonca aj tie umelé.
- ✓ **Terapeut digitálneho detoxu:** Prítomnosť technológií v našom každodennom živote má čoraz širšie a intenzívnejšie zastúpenie. Tolko odporúčaný digitálny detox sa môže zmeniť z úrovne bežných odporúčaní na úplné odpojenie od siete ako súčasť špeciálneho odvetvia terapeutického praxe.
- ✓ **Diaľkový operátor dronu alebo autonóm-**

Zopár faktov a zaujímavostí

- ↑ Podľa International Federation of Robotics (IFR) stav inštalovaných funkčných priemyselných robotov na celom svete dosiahol v tomto roku nový rekord - 3,5 milióna kusov.
- ↑ V rebríčku TOP 10 krajín s najvyššou mierou inštalácie robotov sa umiestnili v poradí od prvého miesta Južná Kórea, Singapur, Japonsko, Nemecko, Čína, Švédsko, Hongkong, Taiwan, USA a Slovinsko.
- ↑ Automobilový priemysel je celosvetovým lídrom v inštalácii nových priemyselných robotov. Na Slovensku v tomto sektore pracuje 532 robotov na 10 000 zamestnancov. V ostatnom priemysle je u nás nainštalovaných iba 43 robotov na 10 000 zamestnancov.
- ↑ Ak ste ešte nevyskúšali, aké sú someliárske schopnosti robotov, prípadne ako chutia nimi namiešané kokteily, najbližšie k nám (v centre Prahy pri Karlovom moste) nájdete robotický bar a v inej časti Prahy robotický vináreň.
- ↑ Najväčším svetovým výrobcom všetkých druhov robotov je Japonsko, kde sa ich vyrobí viac ako 50 %. V apríli tohto roka japonská vláda odsúhlasila prevádzku malých autonómnych doručovacích robotických vozidiel DeliRo, takže sa s nimi čoskoro môžeme stretnúť až v 40 lokáciách.
- ↑ V roku 2017 humanoidný robot s menom Sophia ako prvý na svete dostal štátne občianstvo Saudskej Arábie.

neho vozidla: Samojazdiace nákladné vozidlá a doručovacie drony naznačujú, že ide o cestu budúcnosti. V dôsledku toho bude v sektore dopravy pravdepodobne menší dopyt po vodičoch nákladných vozidiel, zatiaľ čo dopyt po pilotoch a vodičoch dronov na diaľku sa bude zvyšovať.

- ✓ **Smart City dizajnér:** S príchodom rôznych technológií, inovácií a umelej inteligencie sa mestské plánovanie zmení na inteligentný mestský dizajn, v ktorom budú mestá budované špeciálne s ohľadom na potreby ľudí a životného prostredia.
- ✓ **Smart Home manažér:** Nielen aplikácia na monitorovanie jednotlivých zariadení, ale špecialista, ktorý ovláda ich inštaláciu a bezproblémový chod. Zavedením najmodernejších technológií do našich domovov budú jednotlivé zariadenia musieť navzájom komunikovať, synchronizovať sa a byť pravidelne udržiavané. Bude ich treba programovať a napríklad v prípade smart chladničiek bude potrebné zabezpečiť aj ich správne dopĺňanie.
- ✓ **Kultivátor mäsa:** V súčasnosti vzniká viacero startupov so zameraním na tvorbu tzv. kultivovaného mäsa. Venujú sa bunkovému

výskumu a problematike signalizačných proteínov. V budúcnosti môžu takíto pestovatelia v spojitosti s najmodernejšími technológiami a domácimi robotmi servírovať rôzne druhy špecialít, ktorých chuť si dnes nedokážeme ani len predstaviť. Začiatkom tohto roka austrálska spoločnosť Vow vyvinula fašírku z DNA mamuta srstnatého, ktorý v minulosti žil na Aljaške. A úplne čerstvou správou je, že americké ministerstvo poľnohospodárstva povolilo dvom kalifornským spoločnostiam predaj laboratórne vyšľachteného kuracieho mäsa. Tento krok spúšťa nielen novú éru výroby mäsa, ale aj potrebu ľudského kapitálu s úplne novou pracovnou náplňou.

- ✓ **Sprievodca vesmírnym odpadom – alebo orbitálny archeológ:** Po rozšírení vesmírnej turistiky a letov po obežnej dráhe Zeme budú môcť turisti navštíviť alebo zblízka pozorovať nefunkčné vesmírne stanice, staršie satelity a iné štruktúry nachádzajúce sa v kozmickom priestore.

www.amrop.sk

There are no shortcuts in life.
Strong will, hard work,
positive spirit and never
giving up is the way.



Amrop

Michal Lukáč
Partner

#AmropIndustrial&Automotive

LIDL PRINÁŠA SLOVENSKU VIAC AKO 1,6 MILIARDY EUR ROČNE

Diskontný reťazec Lidl pôsobí na Slovensku už 19 rokov. Je jedným z najväčších zamestnávateľov, daňovníkov, partnerov slovenských dodávateľov a podporovateľov trvalej udržateľnosti. Odborná štúdia poradenskej spoločnosti Mazars dokumentuje, že podnikanie Lidla prináša Slovensku viac ako 1,6 miliardy EUR ročne. Diskont je pevnou a dôležitou súčasťou ekonomiky našej krajiny.

Red, Zdroj: Lidl

Z ekonomických aktivít Lidl Slovenská republika ťažia ako pracovníci, tak aj privátny sektor, štátna pokladnica, mestá a tretí sektor. Za obnos peňazí, ktorý rok čo rok Lidl priniesie Slovensku, by sa športoví nadšenci mohli tešiť z 2048 km nových cyklotrás, v našich 8 krajoch by sa vytvorilo spolu 54 386 miest pre škôlkarov a rodičom by odpadol jeden z problémov logistiky, kam dať svoje dieťa, zatiaľ čo oni pracujú. Dokázal by sa tiež zmierniť aj tzv. brain drain (odliv mozgov) v zdravotníctve. Ako? Zafinancovaním prípravy 14 231 nových lekárov, čo je 22-krát viac ako počet akútne chýbajúcich všeobecných lekárov a primárnych pediatrov v roku 2022.

Výpočtami k dosahom pôsobenia reťazca na ekonomiku i hospodárstvo

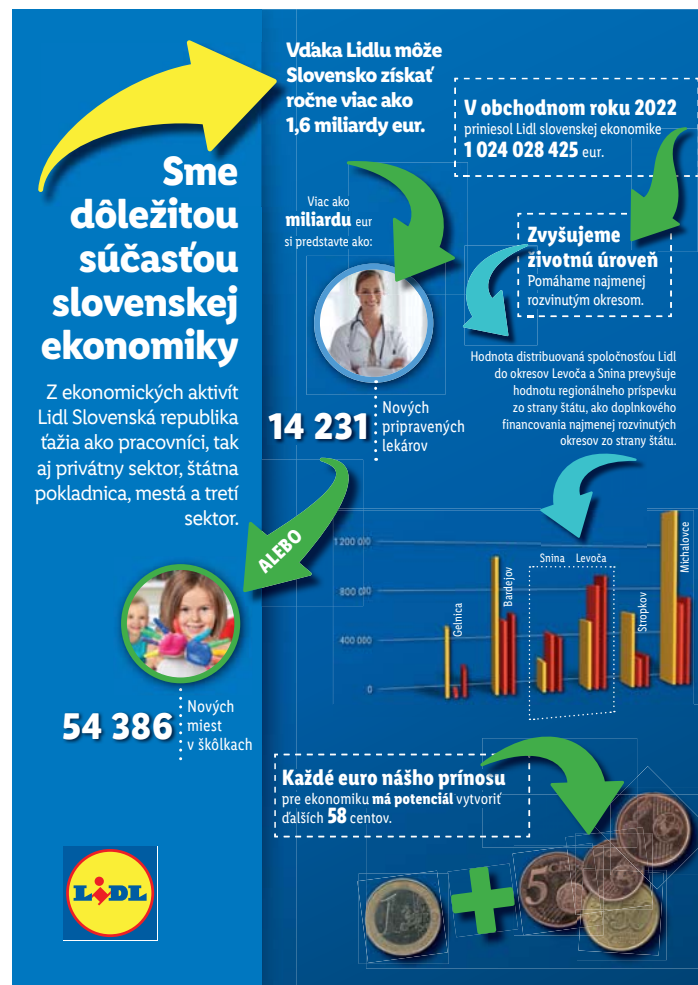
Zmapovanie celkového ekonomického dopadu podnikania Lidla v slovenskej ekonomike nielen v regiónoch, ale aj v celoštátnom ponímaní, či vyhodnotenie jeho pridanej hodnoty pre spoločnosť, sa vyhodnocuje podľa uznávaných medzinárodných rámcov. K reportu z nefinančnej oblasti, a teda pre udržateľný rozvoj a spoločenskú zodpovednosť, slúži rámec Global Reporting Initiative. Ten obsahuje aj metodiku na posúdenie ekonomickej výkonnosti a nepriamych ekonomických dopadov. Vďaka týmto a ďalším medzinárodným rámcom použitým v štúdiu mohli odborníci zo spoločnosti Mazars na Slovensku odhadnúť, aký má Lidl ekonomický efekt na slovenské hospodárstvo. „Socioekonomická štúdia sa venovala meraniu a kvantifikácii pozitívnych efektov podnikateľských aktivít Lidlu, ktoré boli dosiahnuté bez akýchkoľvek štátnych podporných programov, či dotačných schém,“ povedal **Martin Dolinský**, Senior Consultant Mazars.

Keď má euro potenciál priniesť ešte viac

Štúdia aj v roku 2022 potvrdila, že každé 1 euro distribuovanej ekonomickej hodnoty spoločnosti Lidl má potenciál vygenerovať 58 centov pre všetkých profitujúcich (čiže tretí sektor, pracovníci, privátny sektor, mestá a štát). Celková ekonomická hodnota vyvolaná aktivitami a prítomnosťou spoločnosti Lidl v slovenskej ekonomike tak v roku 2022 predstavovala 1 617 741 798 EUR. „Na Slovensku sme pevnou súčasťou každodenného života tejto krajiny. Záleží nám na tom, aby sa Slovensku darilo a prispievame k tomu ako stabilný zamestnávateľ, férový obchodný partner, dobrý sused a zodpovedný daňovník. Na Slovensku máme 164 predajní, stovky obchodných partnerov, viac ako 6500 zamestnancov a milióny zákazníkov. náš záväzok voči Slovensku vnímame ako dlhodobý,“ uviedla **Zita Szlaviková**, generálna riaditeľka Lidl Slovenská republika.

Zodpovednosť, ktorá sa počíta

V roku 2022 investoval Lidl do projektov spoločenskej zodpovednosti na Slovensku 1 650 000 EUR. Diskont si taktiež zodpovedne plní svoje daňové povinnosti, Finančná správa jeho podnikanie už osemkrát ocenila titulom Daňovník roka. V súvislosti s činnosťou Lidla v obchodnom roku 2022 zaplatil spoločník bezmála 34 miliónov EUR, čo prevyšuje 1% z celkovej korporátnej dane na Slovensku. Lidlu záleží na napĺňaní potrieb obyvateľov Slovenska a chce prispievať k rozvoju krajiny v srdci Európy.



NOVÝ PEUGEOT 308 SW PLUG-IN HYBRID

Zabudnite na stereotypy a užite si každú chvíľu za volantom nového vozidla PEUGEOT 308 SW. Dostupné je vo verzii kombi so spaľovacím motorom, ale my sme v redakcii testovali verziu Plug-in hybrid. —

Red, Zdroj a foto: Peugeot, Stellantis



čas cesty zachovať pre neskoršie použitie. Odhadovaný čas úplného nabitia prostredníctvom Wall-Boxu (32A) za 1 hodinu 40 minút, zo štandardnej domácej zásuvky (8A, 220 V) 7 hodín a 5 minút. Batéria má záruku 8 rokov, 160 000 km na zachovanie minimálne 70 % pôvodnej kapacity.

Impozantné SW s vlastnou tvárou

Nový PEUGEOT 308 SW s novým logom - levom v strede inovovanej vertikálnej masky chladiča predstavuje silný odkaz s odvážnymi proporciami. Jeho zmyselný a výrazný dizajn odhaľuje asertívnu a jedinečnú osobnosť, pričom uprednostňuje praktickosť a priestrannosť. Jeho elegantná silueta naznačuje kompaktnú a robustnú stavbu a vytvára atletické a dravé línie. Aerodynamika zadnej časti bola optimalizovaná znížením strešnej línie a klenuťým profilom. Za zmienku stoja úplne nové svetlomety s technológiou full LED alebo PEUGEOT Matrix LED. Prídružené svetlá pre denné svietenie v tvare pazúrov zintenzívňujú vzhľad šelmy. Atletický a elegantný profil sa vyznačuje aerodynamickou líniou a robustnou zadnou časťou, ktorá evokuje veľký batožinový priestor s objemom 548 litrov. Vo voliteľnej výbave sú napríklad:

- hand-free motorizované a otváranie a zatváranie batožinového priestoru.
- štýlové lesklé čierne strešné lyžiny esteticky dopĺňajú plynulé línie predĺženej karosérie (pre verzie GT a GT Pack)



Tri jazdné režimy a úctyhodný dojazd

Vozidlo má elektromotor s výkonom 81 kW, elektrifikovanú 8-stupňovú prevodovku e-EAT8 a motor 1,6 PureTech s výkonom 180k alebo 150 k. Certifikácia WLTP pre dojazd vozidla v čisto elektrickom režime v závislosti od verzie a úrovne výbavy uvádza od 59 do 60 km pri kombinovanej jazde a od 68 km do 73 km pri mestskej jazde. Skutočný dojazd sa môže líšiť v závislosti od rôznych faktorov výbavy, spôsobu používania vozidla, použitia určitého vybavenia, typu pneumatík, podmienok na vozovke, vonkajších klimatických podmienok. Na výber je jeden z troch jazdných režimov:

- Elektrický – umožňuje 100%-nú elektrickú jazdu do rýchlosti 135 km/h, elektrický režim sa automaticky nastaví po naštartovaní vozidla.
- Hybridný – vzájomná súčinnosť elektrického a spaľovacieho motora pre efektívnejšie využitie oboch pohonných jednotiek.
- Šport - vzájomná súčinnosť elektrického a spaľovacieho motora pre vyššiu dynamiku a maximálny výkon.

Plug-in hybrid umožňuje rekuperáciu dostupnej energie počas brzdenia a spomaľovania po uvoľnení plynového pedálu, čím sa čiastočne dobíja batéria. Dôležitý je fakt, že zabudovanie batérie nemá žiaden vplyv na priestor v kabíne, i keď zaberá miesto v batožinovom priestore. Vozidlo sa vyznačuje aj funkciou e-SAVE, čo je rezerva elektrickej energie, ktorú si môžete po-

- otvárať strešným oknom, ktoré dokonale presvetlí kabínu.

Intuitívne a návykové technológie pre väčšie potešenie z jazdy

Nový systém PEUGEOT i-Cockpit® je užívateľsky príjemný, intuitívny a dokonale prepojený. S 10" HD dotykovým displejom a inovatívnym infotainmentovým systémom PEUGEOT i-Connect, ktorý aj vďaka možnosti prispôsobenia na základe vlastných záujmov a želaní. Ocenili sme, že infotainment je v slovenčine, užívateľsky príjemný a s jednoznačnými veľkými ikonami a ako bolo uvedené, rozloženie jednotlivých prvkov je možné individuálne prispôbiť. Pre vybrané verzie je dostupný aj digitálny 3D displej, ktorý uprednostňuje informácie, a to tak, že ich zobrazuje v popredí vo forme hologramu pre lepšiu čitateľnosť. Priaznivci značky PEUGEOT vedia, že v automobiloch je štandardom množstvo asistenčných systémov. PEUGEOT 308 SW Plug-in hybrid nie je výnimkou.

Nový kompaktný ľahko ovládateľný volant je vybavený ovládačmi na prispôbenie obsahu a režimu zobrazenia prístrojového panelu a aj centrálnemu displeja. Pohodlné a vyhrievané masážne predné sedadlá majú certifikát AGR. V interiéri si všimnete kvalitu povrchových úprav, ako aj eleganciu materiálov použitých na dekorácie a čalúnenie. Vozidlo disponuje poloautonomným riadením, ktoré kombinuje adaptívny tempomat s funkciou Stop and Go a aktívnym systémom udržiavania vozidla vo zvolenom jazdnom pruhu.



DOMÁCNOSTI OBJAVUJÚ RASTLINNÉ ALTERNATÍVY

Prakticky neprejde týždeň, aby sa neobjavila na trhu nejaká novinka v segmente rastlinných alternatív. Ako sme na tom v maloobchode na Slovensku? Darí sa výrobkom, ktoré nepochádzajú od hospodárskych zvierat, ale sú čisto rastlinného pôvodu? —

Red, Zdroj: GfK, Forbes, Jem pre Zem, Foto: IKEA, Lidl



Čo majú spoločné IKEA, Lidl a Beyond Meat?

Ponukou bezmäsitého hot dogu za dostupnejšiu cenu chce IKEA inšpirovať ešte viac zákazníkov a zákazníkov k výberu alternatív na

rastlinnej báze (plant-based). „Chceme ľuďom ponúknuť viac možností na rastlinnej báze, ktoré majú menší vplyv na klímu. Voľba bezmäsitého jedla má v porovnaní s jedlom živočíšneho pôvodu nižšiu klimatickú stopu,“ povedal pri príležitosti predstavenia nového hot dogu

Jakub Slavík z oddelenia IKEA FOOD. Do roku 2025 chce mať IKEA 50 % hlavných jedál ponúkaných v reštauráciách bude rastlinného pôvodu a 80 % bude bez červeného mäsa a 80 % všetkých ponúkaných balených potravín bude rastlinného pôvodu.

Druhá správa hovorí, že „privátna značka Lidlú Grill & Fun prináša klasický, mäťový a bylinkový syr na grilovanie či pološtiepok, ktoré možno podávať so sladkou kontrastnou brusnicovou omáčkou. Čoraz populárnejší je aj syr Halloumi, ktorý je v diskonte s typickým modrom balení značky Eridanous. Stabilnou súčasťou ponuky pre grilovacie sezóny sú tofu na gril, šampiňóny na grilovanie, ale aj cuketa, baklažán, či svieži listový šalát s brusnicami a vlašskými orechmi.“

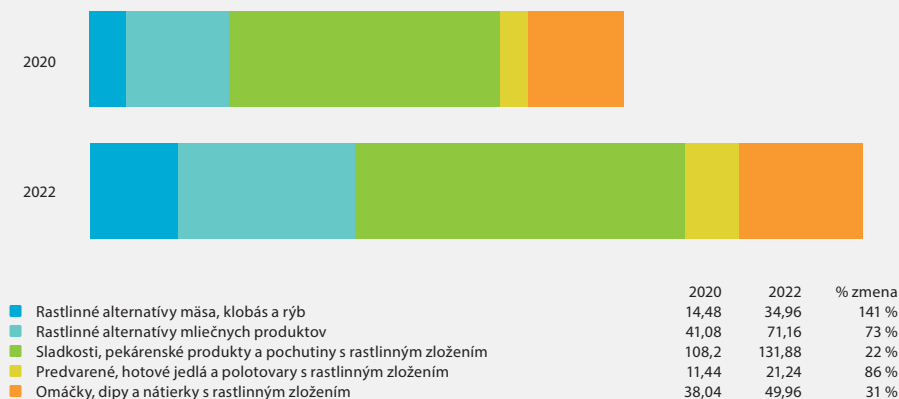
Do tretice český Forbes priniesol informáciu, že spoločnosť Beyond Meat, ktorej alternatíva mäsa sa stala prakticky synonymom pre rastlinné mäso a rastlinné hamburgery, rapídne znížila svoju valuáciu. Práve inflácia a fakt, že na „vlnu“ rastlinných alternatív naskočilo enormné množstvo firiem, sa prejavuje v tom, že sa „trh čistí“. Pokým pre zákazníkov budú plant-based produkty drahšie ako živočíšne, bude zákaznícka báza stále malá a tak ju dokáže obsluhovať menší počet výrobcov. Ostatní jednoducho budú musieť skončiť alebo zmeniť stratégiu.

Napokon aj v správe, ktorú zostavil neziskový program Jem pre Zem sa uvádza, že rastlinné alternatívy predstavujú v súčasnosti malý podiel na celkovom trhu živočíšnych produktov a ich alternatív. Ide však o oblasť, ktorá sa dynamicky vyvíja a očakáva sa, že podiel bude ďalej rásť i napriek prekážkam, ako je inflácia alebo príliš veľký počet dodávateľov v pomere k počtu konzumentov. Retaileri ako Tesco, Kaufland, IKEA alebo Lidl ponuku jedál na rastlinnej báze stále rozširujú aj o výrobky start-upov podobných firme Beyond Meat. Spoločným menovateľom je teda fokus na rastlinné alternatívy, ako na perspektívny segment, ktorý spotrebiteľia postupne objavujú a skúšajú.

Ako sme na tom na Slovensku dnes?

„Rastlinné náhrady mliečnych výrobkov alebo mäsa si aspoň raz za rok kúpi každá druhá slovenská domácnosť, a to v priemere asi 11 krát za rok. Na jeden nákup týchto produktov priemerná domácnosť vynaložila takmer 3 eurá.

Priemerný počet rastlinných produktov



Zdroj: Jem pre Zem, Pozn.: priemerný počet produktov 5 najväčších maloobchodných reťazcov na Slovensku a nárast ich počtu medzi rokmi 2020 a 2022

Takmer 37 % celkových výdavkov na rastlinné náhrady mäsa a mliečnych výrobkov kupujúci minuli na nákup v akcii. Najväčšiu časť z výdavkov domácností na kúpu rastlinných alternatív zachytili hypermarkety,“ komentuje údaje za obdobie August 2022 – Júl 2023 **Michal Gašpar**, Consultant, Consumer Panel Services GfK.

Najintenzívnejšími kupujúcimi rastlinných náhrad mäsa a mliečnych výrobkov sú domácnosti s 15 – 18 ročnými deťmi a viacčlenné dospelé domácnosti, z ktorých každá minula na nákupy týchto produktov o 40 % viac ako je priemer.

Rastlinné alternatívy mliečnych výrobkov

Výdavky jednej domácnosti na nákup rastlinných náhrad mliečnych výrobkov boli za posledných 12 mesiacov na úrovni takmer 28 EUR. Kupujúca domácnosť si vložila do svojho košíka rastlinné náhrady mliečnych výrobkov za toto obdobie 10-krát.

Podľa počtu kupujúcich je najobľúbenejšou rastlinnou náhradou slovenských domácností

syr typu tofu. Aspoň raz za rok si ho kúpili 3 z 10 domácností. Domácnosti si ho kúpia raz za desať týždňov. Priemerná kupujúca domácnosť minula za posledných 12 mesiacov na tofu necelých 9 EUR.

Druhou najobľúbenejšou rastlinnou náhradou v kategórii mliečnych výrobkov z pohľadu počtu kupujúcich je tzv. rastlinné mlieko. Štvrtina domácností si takýto produkt kúpila aspoň raz za posledných 12 mesiacov, a kupujúca domácnosť ho mala v nákupnom košíku sedemkrát za rok. Ročné výdavky jednej domácnosti na rastlinné mlieko dosahovali 23 EUR a 40 % celkovej hodnoty bola nakúpená v akcii.

Rastlinné alternatívy mäsa a mäsových výrobkov

Za posledných 12 mesiacov si vložilo rastlinnú náhradu mäsa a mäsových výrobkov do svojho nákupného košíka 15 % domácností. Kupujúca domácnosť si rastlinnú náhradu za mäso a mäsové výrobky kúpila raz za dva a pol mesiaca a minula na to takmer 14 EUR za rok. Asi tretina výdavkov bola vynaložená na nákup v akcii. Až 60 % objemu týchto produktov bolo

nakúpené v hypermarketoch, kde nájdeme aj najviac kupujúcich rastlinných náhrad mäsa a mäsových výrobkov.

Najväčšiu zákaznícku základňu majú náhrady mäsových nátierok. Priemerná domácnosť na nátierku z mäsových náhrad vynaloží za rok len niečo viac ako 3 eurá. Necelých 40 % z celkových výdavkov vynaložených na tieto nátierky boli na nákup v akcii.

Rastlinnú alternatívu mäsa si priemerná domácnosť kúpila 2 – 3-krát za rok a minula pri tom viac ako 8 EUR. Ďalšie obľúbené alternatívne produkty nájdeme vo väčšej miere v rámci mäsových výrobkov, ako sú mäkké salámy alebo párky.

Všetky uvedené údaje z GfK sú výsledkom prieskumu trhu metódou Spotrebiteľského panelu. Spotrebiteľský panel GfK je kontinuálny panelový výskum, založený na detailných informáciách o nákupoch reprezentatívnej vzorky slovenských domácností.



PLANT-POWERED PERSPECTIVES

17/10/2023

Hotel Bratislava****

plantpoweredperspectives.sk

Príďte aj vy na jedinečnú konferenciu o aktuálnych trendoch a novinkách na trhu s rastlinnými potravinovými produktami



Martin Jahoda
Emco



Dagmar Sádecká
YouVegan



Michal Britvík
PRETO
Ryba Žilina



Sebastian Tolwinski
Upfield



Viktor Buranyi
Plant Revolt



Veronika Gregorková
Lean Institute
SK & CZ



Ladislav Csengeri
GfK



Erik Šiatkovský
Tesco

a ďalší

RYBA ŽILINA PONÚKA ŠIROKÉ VEGÁNSKE PORTFÓLIO

Aj v tomto roku na najvýznamnejšom slovenskom potravinárskom veľtrhu Danubius Gastro udelili ocenenia potravinárskym výrobkom, ktoré vynikajú svojou kvalitou a spracovaním. Medzi tými, ktoré najviac zaujali, bol produkt Vegan Exklusiv spoločnosti Ryba Žilina. Pri ocenení ho stručne charakterizovali ako rastlinnú alternatívu tresky v majonéze, k tomuto jedinečnému výrobku sa ešte podrobnejšie vrátime.

Zdroj: GfK, MEDIAN SK, Statista



Nie je však zďaleka jediným produktom na rastlinnej báze v jej sortimente. Ryba Žilina je popredným výrobcom rybích a lahôdkových šalátov. Vďaka dlhoročným skúsenostiam na poli lahôdkových výrobkov a úsiliu neustále napredovať a vyvíjať stále zdravšie a chutnejšie výrobky dokázali vytvoriť široké vegánske portfólio.

Popularita nových výrobkov rastie

Plant-based životný štýl stále naberať na popularite a ako dlhoročný líder v odvetví sa spoločnosť snaží neustále ponúkať priaznivcom tohto narastajúceho trendu nové produkty. Cieľom je inšpirovať zákazníkov žiť zdravší, viac udržateľný životný štýl a vytvárať produkty, ktoré si vychutná naozaj každý.

Podľa prieskumu agentúry Focus pre program Jem pre Zem sa zhruba každý tretí Slovák snaží znížiť svoju spotrebu živočíšnych produktov. Domáci líder v odvetví klasických lahôdkových a rybích šalátov veľmi rýchlo a kvalitne zareagoval na nastupujúci trend a priniesol na prelome rokov 2021 a 2022 na pulty predajní vegánsku líniu produktov značky PRETO Radoma. Už prvé výsledky predaja výrobkov Vegan naznačujú, že lahôdkové šaláty a ďalšie produkty založené na rastlinnej báze si našli svoje miesto aj medzi fanúšikmi živočíšnych produktov. Kľúčom k úspechu je kvalita surovín, finálne vyladenie chuti a konzistencie a znalosť slovenského zákazníka. Aj na domacom trhu máme silného hráča, ktorý dokázal technologicky prijať novú výzvu a pripravil kvalitné a chutné produkty.

Vysoká kvalita produktov

„Pred uvedením na trh prešli výrobky chuťovými testami. Konzumentmi boli nielen vegáni, ale aj absolútni fanúšikovia mäsa. Spotrebiteľia hľadajú alternatívy k živočíšnym výrobkom, ale neznižujú svoje nároky na kvalitu a chuť produktu. Vďaka súčasným technológiám dokážu byť aj rastlinné výrobky chuťovo a textúrovo podobné tým živočíšnym. Podľa výsledkov degustácií by naše vegánske lahôdkové šaláty odporučilo svojim známym až 90 % testujúcich zákazníkov. To nás ubezpečilo, že rastlinné výrobky budú mať svojich fanúšikov aj mimo skupiny vegánov a vegetariánov,“ priblížil proces prípravy a rozhodovania o uvedení vegánskej línie pochútok na trh generálny riaditeľ Ryba Žilina, Michal Britvík.

Stopercentne rastlinné výrobky predstavuje Ryba Žilina cez kategóriu lahôdok. Všetky stavajú na kvalite a štandardných chuťových vlastnostiach vlnkových produktov značky PRETO Radoma a PRETO Ryba Žilina. Už doteraz bohaté portfólio týchto produktov najnovšie obohacujú ďalšie novinky. Ako prvý tradičný výrobca spoločnosť prišla na trh s vegánskymi lahôdkovými šalátmi a teraz opäť prináša zákazníkom niečo unikátne.

Spolupráca so značkou Violife

Overené a obľúbené receptúry vegánskych výrobkov obohatili kúska-mi s príchutami Gouda a Čedar značky Violife. Tieto novinky potešia nielen vegánov, ale aj bežných spotrebiteľov, ktorí sa zo zdravotných alebo environmentálnych dôvodov rozhodli siahnuť po rastlinnej alternatíve svojich obľúbených jedál.

Vegan šalát s príchutou Gouda v sebe spája obľúbenú receptúru Vegan šalátu s kúskami Violife Goudy a na slovenskom trhu je jedinečný. Spotrebiteľia si môžu pripraviť ako klasické párky uvarím, ugrilovaním, opečením či ako hot-dog produkt Vegan s papričkami jalapeños a príchutou Čedar. Ten vynikajúco chutí pripravený najmä na grile – povrch sa stane chrumkavý a Violife Čedar sa vnútri jemne roztopí. Výrobok je bez alergénov.

Pri hľadaní autentických rastlinných príchutí sa Ryba Žilina spojila so značkou Violife, ktorá je svetovým lídrom v oblasti vývoja a produkcie vegánskych produktov s viac než tridsaťročnými skúsenosťami a globálnym



poľom pôsobnosti. Má taktiež podporu najväčšej spoločnosti v obore transformácie potravín rastlinného pôvodu - firmy Upfield.

Ponuka sa rozrastá

Tieto novinky rozšírili portfólio radu Vegan už na jedenásť výrobkov. Okrem spomínaných sem patria Vegan nárez, Vegan nárez s medvedím cesnakom, Vegan nárez s olivami aj Vegan nárez s paprikou. Tiež Vegan Mayo (studená emulgovaná omáčka), Vegan šalát a Vegan šalát pikantný.

A na začiatku článku sme sľúbili podrobnejšie predstaviť ocenený produkt Vegan Exklusiv. Spojením okary, domácej bezvaječnej „majonézy“ a marinovanej zeleniny vytvorili rastlinnú alternatívu tresky v majonéze, ktorú si môže vychutnať naozaj každý. Vegan Exklusiv je bohatý na Omega-3 mastné kyseliny a vlákninu, neobsahuje glutén a má nízky obsah cukru. A čím nahradili rybie mäso? Po dlhom hľadaní vhodnej suroviny, ktorá by vyhovovala receptúre, objavili okaru. Okara je pasterizovaný rastlinný výrobok, vzniká pri spracovaní sóje a má všestranné použitie.

Takto sa do rozrastajúceho radu produktov Vegan zaradila aj rastlinná alternatíva zrejme najpopulárnejšieho, doslova ikonického výrobku spoločnosti Ryba Žilina. Je to pekný príklad, aké možnosti má tento progresívny a narastajúci trend vo výrobe kvalitných a zdravých potravín na rastlinnej báze.

* výrobok obsahuje studenú emulgovanú omáčku



RASTLINNÉ ALTERNATÍVY MLIEČNYCH VÝROBKOV NEHL'ADAJÚ LEN VEGÁNI

„Naša stratégia pri vývoji a rozvoji vegánskych produktov vychádza jednak z dlhoročných skúseností, ale predovšetkým z očakávaní našich spotrebiteľov. Keďže trh rastlinných alternatív je veľmi špecifický, zisťovanie preferencií a edukácia zákazníkov sú úplne kľúčové,“ uvádza v rozhovore Andrea Horváthová, Product Manager spoločnosti RAJO.

Red (pti)

Aká je stratégia spoločnosti RAJO pri vývoji a rozvoji kategórie rastlinných alternatív? Ich vývoju sa venujete už viac ako 10 rokov...

Áno, je pravda, že pre RAJO nie sú vegánske produkty žiadnou novinkou. Čisto rastlinným receptúram sa popri našom mliečnom biznise venujeme už viac ako 10 rokov a jednotlivé vegánske produkty vyvinuté a vyrobené v našom závode sú dobre etablované pod miestnymi značkami na zahraničných trhoch. Vstup aj na slovenský trh s produktami na rastlinnej báze pod značkou RAJO považujeme za prirodzené vyústenie aktuálne najsilnejšieho trendu.

Naša stratégia pri vývoji a rozvoji vegánskych produktov vychádza jednak z dlhoročných skúseností, ale predovšetkým z očakávaní našich spotrebiteľov – aby boli tieto produkty chutné, cenovo dostupné, zastúpené aj v bežnej predajnej sieti, ideálne vyrobené na Slovensku a aby boli plnohodnotnými a hlavne funkčnými náhradami k mliečnym výrobkom. Všetky naše RAJO Vegan výrobky sú určené ako na domácu spotrebu, tak aj pri varení vegánskych alternatív v gastronómii. Napríklad RAJO Vegan Krém na varenie je vďaka hustejšej konzistencii vhodný na prípravu menšieho počtu porcií vegánskych jedál. Sme však otvorení aj individuálnym požiadavkám na špecifické balenia zo strany gastro partnerov.

Ing. Andrea Horváthová, Product Manager, RAJO



Výštudovala marketing na Ekonomickej univerzite v Bratislave a jej prvé kroky po vysokej škole viedli na marketingové oddelenie spoločnosti RAJO. Po pár rokoch si prijala ponuku marketingu inej FMCG spoločnosti, ale dnes už je zase stabilnou súčasťou spoločnosti RAJO. Ako Produktová manažérka má na starosti kyslomliečne nápoje, ochutené mlieka a smotany a v roku 2022 k tomu pribudli inovatívne a trendy produkty pod značkou RAJO Vegan, ktorými spoločnosť vstúpila do segmentu výrobkov na rastlinnej báze aj na Slovensku.

RAJO Vegan Creme à la mascarpone bol nominovaný v súťaži Rastlinný produkt roka 2022 a ste jedným z partnerov konferencie Plant-Powered Perspectives. Považujete diskusie na odborných fórach a edukáciu konečného spotrebiteľa v oblasti rastlinných alternatív za dôležitú a prečo?

Nielen, že bol náš produkt RAJO Vegan Creme à la mascarpone nominovaný, ale hneď sa nám s touto novinkou podarilo aj získať 3. miesto v tejto súťaži, čo si veľmi vážime a je to pre nás veľmi dobrý signál zo strany spotrebiteľov, že sme im naším vegánskym sortimentom ulahodili.

Trh rastlinných alternatív je veľmi špecifický, preto je diskusia s odborníkmi a edukácia konečného spotrebiteľa absolútne kľúčová. Trend vegánstva a rastlinnej stravy je čoraz silnejší a veľmi dôležité bolo pre nás zistenie, že rastlinné alternatívy mliečnych výrobkov sa objavujú aj v nákupnom košíku ľudí, ktorí bežne nedodržiavajú vegánske zásady. Motiváciou k nákupu je predovšetkým očakávanie pozitívneho dopadu na zdravie, ľahšia stráviteľnosť a snaha o spostenie jedálneho čítania chutnými alternatívami. A to je príležitosť pre ďalší rozvoj tohto zatiaľ okrajového segmentu.

Aké investície a technologické inovácie si vyžiadala nová výrobná linka RAJO Vegan? Je pravdou, že všetky tieto produkty, okrem masla, sa vyrábajú na Slovensku?

Pri launči vegánskeho sortimentu v auguste 2022 sme využili existujúce know-how a technológiu, medziasom sme ale uviedli ďalšie zaujímavé novinky, pri ktorých sme sa





všetci, od oddelenia vývoja, techniky, cez výrobu, až po marketing a predaj veľmi veľa naučili a ktoré nás posunuli zase o veľký kus vpred. A dodalo nám to impulz s touto produktovou kategóriou pracovať ešte viac, takže verím, že sa spotrebiteľia majú v blízkej budúcnosti na čo tešiť (smiech). Áno, okrem vegánskej alternatívy masla, ktoré je rovnako ako naše živočíšne maslo vyrábané v materskej spoločnosti MEGGLE, sú všetky naše vegánske výrobky vyvinuté a vyrobené na Slovensku, v našom závode na Studenej ulici v Bratislave.

Aké výrobky z radu RAJO Vegan sú aktuálne na trhu a v ktorých radoch vidíte najväčší potenciál resp. potenciál pre ďalší rozvoj šírky a hĺbky kategórie vegan / plant-based?

Aktuálne máme na trhu šesť rôznych druhov vegánskych produktov. Prvé výrobie v lete oslávili štyri z nich - RAJO Vegan krém na varenie 15 %, RAJO Vegan krém a la mascarpone, RAJO Vegan topping a RAJO Vegan alternatíva masla. Tento rok k nim pribudli ďalšie inovatívne novinky – RAJO Vegan Greek, ktorý je alternatívou syru feta a priniesli sme ho v 2 príchuťach – natur a chilli. Druhou, úplne horúcou novinkou je RAJO Vegan Fruit&Oat – ovocno-ovsený dezert, ktorý ulahodí aj tým najväčším maškrtníkom, bez ohľadu na to, či sú alebo nie sú vegáni.

Pri pohľade na mliečny segment je potenciál rastlinných alternatív ešte obrovský, limity ale určuje odborné know-how, technológia na jednej strane a nastavenie samotných spotrebiteľov na strane druhej. Samozrejme je tiež dôležité nastavenie predajcov, či a v akej šírke poskytnú vegánsky sortiment svojim zákazníkom, a to nielen pri rastlinných alternatívach

mliečnych výrobkov. Rozpracované máme množstvo projektov, uvidíme, kedy a koľko sa nám z nich podarí priniesť na trh a obohatiť tak stále nový rad RAJO Vegan a celý trh rastlinných alternatív.

Všetky receptúry RAJO Vegan majú certifikát V-Label. Usilujete aj o ďalšie certifikáty napr. EVE-VEAGAN?

Áno, všetky naše receptúry RAJO Vegan sú držiteľmi certifikátu V-Label, ktoré sú pre spotrebiteľa zárukou najvyššej kvality rastlinných alternatív. Je to pre nás základné kritérium pre uvedenie nového vegan produktu na slovenský trh. O ďalšie certifikáty sa zatiaľ neusilujeme, keďže práve V-Label je celosvetovo najrozšírenejším certifikátom s najvyšším kreditom.

Celý rad RAJO Vegan má úplne nové obaly. Čo bolo cieľom takejto stratégie?

Značka RAJO je v mysliach spotrebiteľov zafixovaná ako ekvivalent mlieka a mliečnych výrobkov. Preto kľúčovým kritériom bolo odlišiť produkty rastlinných alternatív od štandardného mliečneho sortimentu. Okrem toho sme samozrejme kládli dôraz na atraktivitu dizajnov, vizibilitu na regáloch a na schopnosť zaujať spotrebiteľov.

Budú alebo sú vegánske výrobky dostupné aj pod privátnymi značkami reťazcov?

Naše RAJO Vegan receptúry sú na slovenskom trhu zastúpené iba pod našou značkou. Na exportných trhoch, ako je už vyššie spomenuté, sa rastlinné receptúry etablovali pod miestnymi značkami skupiny MEGGLE, do ktorej RAJO patrí.

RAJO Vegan Greek natur a chilli

Vyskúšajte novinky z radu RAJO Vegan, ktoré sú ideálnou alternatívou gréckeho syru feta. Pripravte si tradičný grécky šalát s verziou natur, alebo rozbaľte svoje chuťové poháriký s chilli verziou, či už na bruschette s pestom, alebo v populárnej feta paste. RAJO Vegan Greek novinky majú všestranné použitie, dajú sa krájať, strúhať, či zapekať. A čo je absolútna inovácia – nájdete ich v praktickom téglíku bez nálevu, takže stačí otvoriť viečko, vyklopiť, pripraviť podľa preferencií a servírovať.



RAJO Vegan Fruit&Oat

Absolútnou novinkou v RAJO Vegan sortimente je osviežujúci ovocno-ovsený dezert, ktorý nájdete na pultoch v 2 príchuťach – mango-marakuja a višňa-čierna ríbezľa. Jemnú konzistenciu s chutnými kúskami ovocia dopĺňa hladký ovsený základ. Na tomto osviežujúcom vegánskom snacku si môžete pochutiať počas celého roka, v letných mesiacoch je ideálny aj na výrobu lahodných nanukov.



PRE KONZERVOVANÉ POTRAVINY CHODÍME DO HYPER A SUPERMARKETOV

Chladienie, mrazenie, sušenie, údenie, zaváranie (sterilizácia)... už naši predkovia poznali rôzne spôsoby uchovávania potravín. V moderných dejinách pribudli konzervovanie (pred zhruba 200 rokmi) či lyofilizácia (asi pred 80 rokmi). Takto spracované produkty sú trvácnejšie spotrebiteľmi stabilne obľúbené. Nakupujú ich prevažne v moderných hyper a supermarketoch.

Red, Zdroj: GfK, MEDIAN SK, Nielsen

GfK: Dehydrované a konzervované potraviny v nákupoch domácností

„Dehydratované a konzervované potraviny sa nájdu v každej domácnosti, sú stabilnou súčasťou našich nákupov. Dehydratované produkty si vkladáme do nákupného košíka v priemere raz za tri týždne, konzervované potraviny raz za tri-štyri dni. Ceny týchto typov produktov medziročne vzrástli, vďaka čomu stúpli výdavky domácností na nákup týchto potravín. Najväčší podiel z výdavkov na konzervované potraviny zachytili supermarkety, pri výdavkoch domácností na dehydratované potraviny prevažujú hypermarkety nad supermarketmi. V uplynulom roku na nákupy oboch typov výrobkov minuli viac domácnosti žijúce v sídlach do päť tisíc obyvateľov ako domácnosti žijúce v mestách,“ komentuje údaje za obdobie júl 2022 – jún 2023 **Veronika Némethová**, Senior Consultant, Consumer Panel Services GfK.

Najčastejšie nakupovaným typom dehydratovaných potravín sú jednoznačne polievky. S odstupom nasledujú pudinky v prášku a bujóny. Pudinky a polievky patria medzi najobľúbenejších pomocníkov, nakupuje ich najviac kupujúcich. Čo sa týka konzervovaných potravín, najčastejšie nakupujeme zeleninu, paštéty a konzervované rybičky, ktoré v rámci tohto segmentu aj nakupuje najviac domácností.

Sterilizovanú a nakladanú zeleninu si kúpilo za uplynulých dvanásť mesiacov 95 domácností, a to približne raz za tri týždne. Najčastejšie domácnosti nakupujú zeleninu v plechovke, tvorí najväčšiu časť vo výdavkoch domácností a aspoň raz si zeleninu v tomto type balenia kúpilo 84 domácností. Druhým významným typom balenia je sklo. Približne 30% z výdavkov na nákupy sterilizovanej zeleniny smerovalo na nákupy v akcii.

Paštéty alebo mäsové nátierky oslovili k nákupu deväť z desiatich domácností. Kupujúci nakupovali tieto produkty v priemere 14-krát za uplynulý rok, v priemernej hodnote nákupu 1,90 EUR. Z hľadiska typu balenia prevažuje téglik. Produkty v konzerve si kúpili dvaja za piatich kupujúcich, tri-štyrikrát do roka. Podiel akciových nákupov dosahuje rovnakú úroveň ako podiel akciových nákupov v sterilizovanej zelenine, 30%.

Pudinky v prášku si ročne kúpi sedem z desiatich domácností. Kupujúci sa na ich nákup za posledný rok vybrali v priemere 5-krát, pričom pri jednom nákupe minuli 1,40 EUR. Z výdavkov na pudinky predstavujú akciové nákupy 30%-ný podiel.

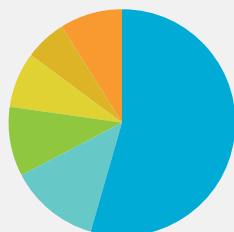
Instantné polievky nakupuje rovnaký počet kupujúcich ako pudinky. Kupujúca domácnosť si instantné polievky zakúpila v priemere 10-krát a pri jednom nákupe za ne zaplatila v priemere 1,70 EUR. Traja z piatich kupujúcich polievok siahli po zvýhodnenom produkte, akciové nákupy tvoria štvrtinu z výdavkov na polievky. Dominujú tzv. štandardné „sáčkové“ polievky, z ktorých gazdinka uvarí v hmci viacero porcií. Také si aspoň raz za rok kúpi každá druhá slovenská domácnosť. Instantné polievky do hmčeka si aspoň raz ročne prinesú z nákupu domov tri domácnosti z desiatich. Tzv. „ázijské polievky s rezancami“ si za posledných 12 mesiacov kúpilo vyše 40% domácností.

Ďalším pomocníkom v kuchyni sú bujóny, ktoré nakupujú necelé dve tretiny domácností, v priemere štyri až päť krát ročne, pričom hodnota jedného nákupu dosahuje 1,35 EUR. Z hľadiska počtu kupujúcich je najobľúbenejší zeleninový bujón, nasleduje slepačí a hovädzí.

NIQ: Konzervované ryby

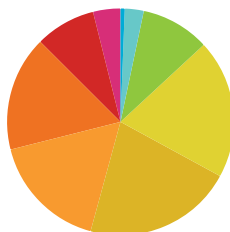
Konzervované ryby sú doplnkom našej stravy a mnohí ich konzumujú vo forme nátierok, či len tak z konzervy s pečivom. Z NielsenIQ maloobchodných dát za obdobie 33. týždeň 2022 – 32. týždeň 2023 v obchodoch s potravinami a zmiešaným tovarom vyplýva, že kategória klesá naďalej v objeme predaných kg (pokles -8,5%). Avšak, začala rásť v predanej hodnote, a to +7,4%. Vplyv na predaje v tomto roku má vo všeobecnosti aj rastúca inflácia a s tým spojený rast cien, ktorý zaznamenávame aj v iných potravinových kategóriách. Po minuloročnom raste ceny zaznamenala cena za posledných 12 mesiacov ešte väčší nárast až o 17% a dostala

Hodnotová významnosť v % predajov druhov rýb v konzerve



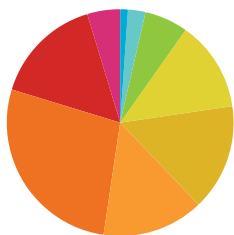
Zdroj: NielsenIQ. Pozn: Dáta vyjadrujú predaje na maloobchodnom trhu obchodov s potravinami a zmiešaným tovarom bez Metra. Obdobie: 33. týždeň 2022 až 32. týždeň 2023.

Ako často konzumujete vo Vašej domácnosti sterilizovanú zeleninu?



Zdroj: MEDIAN SK, MML-TGI, 1.+2./2023

Ako často konzumujete vo Vašej domácnosti mrazené ovocie?



1-krát denne a viac	1,1
4 - 6-krát týždenne	2,5
2 - 3-krát týždenne	6,2
1-krát týždenne	12,9
2 - 3-krát mesačne	15,2
1-krát mesačne	14,5
menej často ako 1-krát mesačne	27,4
nekonsumujeme	15,6
neuveďme	4,7

Zdroj: MEDIAN SK, MML-TGI, 1.+2./2023

sa na úroveň 10,80 EUR/kg,“ uvádza **Júlia Klukanová**, Senior Consultant, Intl. Customer Success Retailers NIQ.

Pri pohľade na segmentáciu podľa druhov rýb vidíme, že slovenskí spotrebitelia najviac obľubujú tuniaka, ktorého predaje sú až 4-krát vyššie ako slede v konzerve, ktoré sú v predaji druhé v poradí. Tržby za konzervovaného tuniaka narástli o 8,5%

a dosiahli úroveň viac ako 27 miliónov EUR. Na druhú stranu slede rastú pomalšie o 1,9 % s tržbami vo výške viac ako 6,5 milióna EUR. Tretie v poradí sú sardinky s takmer 5%ným rastom tržieb a medziročným predajom na úrovni viac ako 4,8 milióna EUR. Zaujímavosťou je, že zo širokého portfólia rýb v konzerve, 91 % všetkých tržieb pochádza z TOP 5 druhov a to – tuniak, sleď, sardinky, makrela a tresčia pečeň.

Medzi najobľúbenejší druh rýb na základe druhu omáčky či šťavy patria ryby v paradajkovej omáčke. Tie však po minuloročnom poklese zaznamenali rast o takmer 10% za obdobie 33.týždeň 2022 – 32.týždeň 2023 v porovnaní s predchádzajúcim obdobím. Tržby sa vyšplhali na úroveň viac ako 10,7 milióna EUR. Druhé najpredávanejšie sú v olivovom oleji, ktoré v dlhodobom horizonte rastú. Avšak, za posledné obdobie spomalili tempo rastu na 2%, pričom v minulom roku vykazovali nárast takmer 7%. Tretie v poradí sú ryby v rastlinnom oleji s tržbami na úrovni viac ako 6,8 milióna EUR, ktoré po dlhodobom jednocifernom poklese zaznamenali mierny rast tržieb o 0,4%.

Slováci najviac obľubujú balenia 151 – 220 g, ktoré tvoria takmer 50% predajov celej kategórie s tržbami vo výške viac ako 23,6 milióna EUR.

Druhé v poradí sú balenia väčšie ako 220 g s tržbami vo výške 14,3 mil. EUR, ktoré medziročne rástli +13,1%. Treticu uzatvárajú veľkostné balenia 0-150 g, ktoré medziročne rástli takisto o +13,1% a tržby majú na úrovni viac ako 12,5 milióna EUR.

Do TOP rebríčka hráčov v kategórii konzervované ryby sa dostalo 5 výrobcov (v abecednom poradí): Bolton Group, Conservas Garavilla, Gaston, Luis Calvo. V rebríčku figurujú aj privátne značky, ktoré majú dlhodobý rastúci trend.

„Naši spotrebitelia nakupujú konzervované ryby hlavne vo veľkých predajných formátoch a to v hypermarketoch a supermarketoch. Významnosť tohto kanála predstavuje až 55% s tržbami na úrovni 27,8 mil. EUR. V predchádzajúcom období tržby klesali aj na tomto kanále, no v súčasnom porovnaní už tržby rástli o viac ako 6%. Ďalší dôležitý kanál predstavujú organizované predajne do 400 m², cez ktoré ide pätina všetkých predajov kategórie, aj tu tržby rástli a ešte rýchlejšie ako hyper a supermarketoch až o takmer 11%. Neorganizované predajne majú síce významnosť iba 3%, takisto tržby rástli, avšak jednociferným tempom,“ uvádza J. Klukanová.



NEW



franzjosefkaiser.sk



ZA ČERSTVÉ OVOCIE A ZELENINU VYNALOŽÍ DOMÁCNOSŤ VIAC AKO 436 EUR ROČNE

Nákupy a konzumácia čerstvej zeleniny a čerstvého ovocia patria k bežným rituálom a zároveň k bežnej súčasti jedálneho domácnosti na Slovensku. Kým o nákupe a spotrebe týchto komodít v konzervovanej forme píšeme na inom mieste, obľúbeným spôsobom využitia (a následnej konzumácie) čerstvého ovocia je aj výroba destilátov a liehovín. —

Red, Zdroj: GfK, MEDIAN SK, ilustračné foto: Uros Prodanovic, Alexandra Kikot, gemma / Unsplash.com

„Čerstvú zeleninu alebo ovocie si aspoň raz za rok kúpi každá slovenská domácnosť. Typická domácnosť nakupuje ovocie alebo zeleninu v priemere raz za 3 dni a celkovo za jeden rok z rozpočtu odčerpá priemernej domácnosti viac ako 436 EUR. Najintenzívnejšími kupujúcimi ovocia a zeleniny sú viacčlenné dospelé domácnosti, ktoré za posledných 12 mesiacov minuli na ich kúpu viac ako 583 EUR,“ uviedol pre instore Slovakia **Michal Gašpar**, Consultant, Consumer Panels Services GfK. Dáta sú za obdobie August 2022 – Júl 2023.

Najvyššie výdavky na nákup ovocia a zeleniny majú podľa GfK domácnosti v hypermarketoch a supermarketoch. Najviac domácností však nakupuje tento tovar v diskontoch. Takmer dve pätiny svojich výdavkov mŕňajú domácnosti na nákup ovocia a zeleniny v akcii. Podiel výdavkov domácností na nákupy za zvýhodnených cenových podmienok je pritom vyšší

u ovocia. Nákupy ovocia v zvýhodnenej cene tvoria necelú polovicu celkových výdavkov na ovocie a akciu aspoň raz využili takmer všetci kupujúci ovocia.

Čerstvé ovocie v nákupoch domácností

Výdavky jednej domácnosti na nákup čerstvého ovocia sú na úrovni 204 EUR za rok. Slovenské domácnosti si čerstvé ovocie do svojich nákupných košíkov vkladajú spravidla raz za 4 – 5 dní.

Podľa počtu kupujúcich aj celkových výdavkov sú najobľúbenejším ovocím slovenských domácností banány. Aspoň raz za rok ich nakupuje každá domácnosť. Je to zároveň ovocie, ktoré sa nakupuje najčastejšie – spravidla raz za 10 - 11 dní. Jedna kupujúca domácnosť minula

za posledných 12 mesiacov na banány 44 EUR a domov z obchodu si za toto obdobie priniesla 33 kg tohto ovocia, čo je o 5 kg menej ako v minulom roku. Takmer 45 % výdavkov na banány pripadá na nákup v akcii.

Druhým najčastejšie nakupovaným ovocím sú jablká, nakupujeme ich raz za 18 dní. Jedna domácnosť minie na jablká v priemere 23 EUR ročne. Podiel akciových nákupov u jablák v poslednom roku predbehol banány a činí takmer 50 % z celkových výdavkov na jablká.

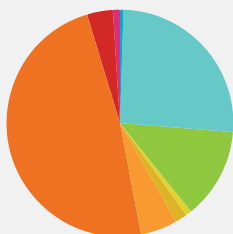
Podľa frekvencie nakupovania nájdeme na treťom mieste citróny, ktoré kupujeme v priemere raz do mesiaca. 9 z 10 domácností si citróny zakúpilo za posledný rok aspoň raz. Jedna domácnosť na ich kúpu minie ročne takmer 15 EUR a približne tretinu z výdavkov na citróny minuli kupujúci za posledných 12 mesiacov v akcii.

Čerstvá zelenina v nákupoch domácností

Čerstvú zeleninu, rovnako ako ovocie, nakupujú aspoň raz ročne všetky slovenské domácnosti. Za posledných 12 mesiacov si jedna domácnosť vložila zeleninu do svojho nákupného košíka 82x a minula na ňu pritom 233 EUR.

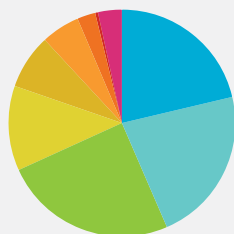
„Najčastejšie, každých 19 dní, siaha priemerná domácnosť v obchode po zemiakoch.

Kde kupujete ovocie / zeleninu?



Zdroj: MEDIAN SK, MIMIL-TGI, 1.+2./2023

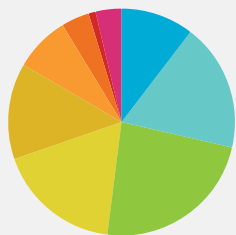
Ako často konzumujete vo Vašej domácnosti čerstvé ovocie?



Zdroj: MEDIAN SK, MIMIL-TGI, 1.+2./2023

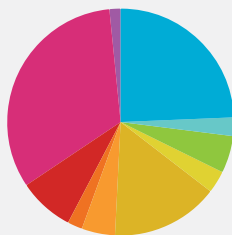


Ako často konzumujete vo Vašej domácnosti surovú zeleninu?



Zdroj: MEDIAN SK, MML-TGI, 1.+2./2023

Áké druhy ovocných destilátov, liehovín a borovičky pijete najčastejšie?



Zdroj: MEDIAN SK, MML-TGI, 1.+2./2023, Pozn. Za posledných 12 mesiacov pilo borovičky, ovocné destiláty a liehoviny 19,2 % opýtaných.

Zemiaky sú najobľúbenejším typom zeleniny aj podľa celkových výdavkov, typická domácnosť na ich kúpu minie takmer 49 EUR. Necelých 32% z výdavkov na zemiaky mŕňajú domácnosti na nákup v akcii. Jedna domácnosť si za posledných 12 mesiacov domov z obchodu priniesla až 64 kg tejto zeleniny,“ konštatuje Michal Gašpar z GfK.

Na druhom mieste vo výdavkoch domácností nájdeme cherry paradajky. Jedna kupujúca domácnosť minie na cherry paradajky v priemere 35 EUR za rok a domov z obchodu si ich prináša spravidla každých 23 dní. Za posledný rok minuli kupujúci cherry paradajok takmer každé druhé euro v akcii.

Paprika je z hľadiska výdavkov domácností na treťom mieste v nákupoch zeleniny. Aspoň raz ročne ju nakupuje 9 z 10 domácností. Priemerná domácnosť sa na jej nákup vyberá

13x za rok. Jedna domácnosť minie na papriku v priemere 17 EUR ročne. Podiel akciových nákupov u papriky je na úrovni 35% výdavkov domácností.

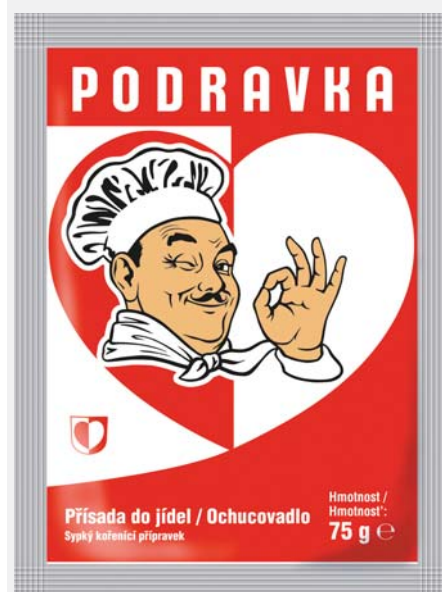
Destiláty z ovocia a alkoholické nápoje

Žartom by bolo možné povedať, že obyvatelia Slovenska majú kladný vzťah aj ku konzumácii „ovocia v tekutej forme“, teda ovocia technologicky spracovaného na destiláty a liehoviny. „Alkoholické nápoje patria medzi bežné produkty v nákupnom koši slovenských domácností, keďže takmer každá domácnosť si za rok zakúpi aspoň jeden druh alkoholického nápoja. Z hľadiska počtu kupujúcich je tradične najobľúbenejšie pivo, ktoré si kúpilo deväť z desiatich kupujúcich, nasledované liehovinami, tichým vínom, šumivým vínom a sektami,“ potvrdzuje **Veronika Némethová**, Senior Consultant, Consumer Panels Services GfK, ktorá komentuje dáta za júl 2022 – jún 2023. Slovenskí spotrebiteľia sa vyberajú za nákupmi alkoholických nápojov pre domácu spotrebu v priemere 57x za rok, čo je nižšia frekvencia nákupov, ako minulý rok. Naopak, priemerná hodnota jedného nákupu zaznamenala nárast a dosiahla 6,60 EUR. Podiel akciových nákupov je v segmente alkoholických nápojov nadpriemerný. Kupujúci minú na kúpu alkoholu v akcii viac ako polovicu z výdavkov na tieto produkty, pričom podiel zvýhodnených nákupov mierne stúpol. Kupujúci využívajú akcie v najväčšej miere v hypermarketoch, v ktorých dosahujú 63 % z hodnoty nákupov. Domácnosti nadpriemerne mŕňajú na kúpu alkoholických nápojov pre domácu spotrebu za zvýhodnenú cenu aj v diskontoch. Nákupy alkoholu dosahujú vrchol na konci roka.

PODRAVKA NÁM NA SLOVENSKU CHUTÍ UŽ 30 ROKOV

Kvalitu a chuť výrobkov stále našich kuchýň preverilo niekoľko generácií a v súčasnosti ich nájdeme takmer v každej slovenskej domácnosti.

Potravinársky koncern Podravka vznikol ako rodinná firma v bývalej Juhoslávii, v meste Koprivnica. V čase založenia slovenskej pobočky v roku 1993 mala spoločnosť 3 produktové línie – Ochucovadlo, instantné polievky a cestoviny s omáčkou Talianetta. Práve Ochucovadlo, teda tradičnú zmes soli, sušenej zeleniny a kvalitných korenín, si dovážali už naši starí rodičia priamo z Juhoslávie.



V súčasnosti patrí do portfólia značky Podravka na Slovensku viac ako 100 sortimentových položiek predávaných pod štyrmi značkami. Každé 3 sekundy sa na Slovensku predá 1 výrobok značky Podravka. Ročne rozdeľuje firma na slovenskom trhu v priemere 6 200 ton výrobkov.

V roku 2002 sa súčasťou rodiny Podravka stala značka strukovín a ryže Lagris a o 5 rokov neskôr pribudli aj rybacie konzervy EVA. Na aktuálne trendy zdravého varenia a stravovania reagovala Podravka produktovým radom NATUR.

V roku 2023 pribudli rezancové polievky Fini-Mini Noodles, Ochucovadlo Podravka BIO či Zeleninová koreniaca pasta Podravka NATUR. Celkovo je pod značkou Podravka predávaných viac ako 1 000 výrobkov, a to na viac ako 70 trhoch sveta.

Zdroj: Podravka.sk



HODOVANIE U DOBRÉHO JEŽKA A UMENIE OVOCINÁROV

Hodovanie u Dobrého ježka má už viacročnú tradíciu a jeho program pre verejnosť vždy prinesie niečo nové a zaujímavé. To, čo zostáva, je jedinečná možnosť zoznámiť sa s prácou ovocinárov z Dunajskej Lužnej aj jej chutnými a voňavými plodmi. To platí tiež pre tohtoročné hodovanie v prvú októbrovú sobotu a magnetom je nielen bohatý program pre dospelých aj deti v priestoroch pred spoločnosťou Boni Fructi, ale aj možnosť zblízka vidieť okolité sady. —

Red (pti)

Značka Dobrého ježka pre zákazníkov znamená garanciu kvalitného ovocia počnúc jarnými jahodami až po jesenné jablká a hrušky. Pre obchod je spoločnosť Boni Fructi a ovocinárske družstvo Bonum spoľahlivým partnerom, ktorý plní všetky náročné požiadavky nielen pokiaľ ide o kvalitatívne parametre, ale aj napríklad špičkovú úroveň rôznorodých balení, čo je pre obchodníkov zásadnou prednosťou pre jednoduchšiu logistiku i komfortom pre zákazníka. Alfou a omegou je však predovšetkým pestovateľské majstrovstvo ovocinárov – a Hodovanie u Dobrého ježka prináša pre jeho náv-

števníkov možnosť zoznámiť sa s týmto smelo povedzme umením...

Kráľovná slovenských jablák

Je to už viac ako 20 rokov, odkedy bol v Dunajskej Lužnej vysadený prvý moderný jablono-vý sad. Nové sady medzičasom vyrástli aj vo viacerých obciach na Žitnom ostrove a západnom Slovensku, pestovatelia sú spojení v ovocinárskom družstve Bonum. Priaznivá klíma, veľa slnka, kvalitná pôda a dostatok vody im

dáva jedinečnú chuť, farbu, vôňu i veľmi dobré nutričné vlastnosti.

Jablku Fuji KIKU® príroda nadelila jedinečné genetické vlastnosti. V podobe prírodného cukru dokáže naakumulovať približne o 40% viac slnečnej energie, ako ostatné odrody. Na Slovensku sa Fuji KIKU® oberá až tesne pred príchodom mrazov. Napriek tomu neprezreje. V sklade ostáva šťavnatá a chrumkavá najmenej 10 mesiacov.

Smeralda pochádza z Talianska, je vysoko odolná voči chorobám a umožňuje tak pestovanie bez chemických prostriedkov a intenzívneho nasadenia strojov (EKO). Zreje na strome niekoľko týždňov, a tak si pestovatelia môžu vybrať, či chcú kyslejšie zelenšie ovocie alebo zlatozelené sladké ovocie so zaujímavým akcentom kyslosti. Chrumkavá, šťavnatá a pútavá na pohľad i chuť.

Kráľovnou slovenských jablák je odroda Evelina®. Jej tvorcom je nemecký ovocinár Roter Hofmann, našla si však svoje harmonické prostredie aj na Žitnom ostrove, pri Piešťanoch alebo na úbočiach rieky Nitry. Na Slovensku sa pestuje od roku 2010, aktuálne na 5 miestach juhozápadného Slovenska na ploche vyše 500 hektárov. Vďaka tomu má blízko do každého slovenského obchodu či domácnosti. Od roku 2014 sa už sedemkrát stala jablkom roka. Očarujúca farba, dokonalý tvar a hlavne šťavnatosť po prvom zahryznutí. Navyše je plná vitamínov, minerálov, antioxidantov, pektínu a vlákniny. Najlepšie chuti od septembra do júla, no vďaka šetrnému zaobchádzaniu vydrží v skladoch až do novej úrody.



**Hodovanie
u Dobrého ježka**
7. október 2023

Základom sú moderné sady

Dosiahnuť takéto výsledky však nie je samozrejmosťou, ako sa o tom na vlastné oči majú možnosť presvedčiť návštevníci aj tohoročného Hodovania u Dobrého ježka priamo v ovocných sadoch. Je to jedinečná príležitosť spoznať moderné ovocinárstvo a vidieť na vlastné oči, čo dnes znamená vypestovať kvalitné ovocie špičkových odrôd. Hektáre a hektáre ovocných stromov, zoradených do priam vojensky presných línii. Nad ich korunami ochranné siete, ku každému stromu prívod vlahy a potrebných živín...

Vypestovať kvalitné ovocie, schopné presadiť sa v tvrdej konkurencii domáceho aj medzinárodného trhu, je náročné – ale je to iba časť úlohy. Nemenej dôležité je triedenie, balenie, skladovanie a distribúcia ovocia podľa potrieb obchodu a zákazníkov. Ovocie sa triedi na najmodernejších linkách za pomoci elektroniky, ktorá je schopná rozlíšiť nielen veľkosť, ale aj kvalitu či percento sfarbenia ovocia. Balí sa vo všetkých veľkostiach, ktoré požaduje obchod a spotrebiteľ.

To platí nielen pre jablká, aj pre ďalšie druhy ovocia. V sade v Alžbetinom dvore i v biosade v Dunajskej Lužnej dozrievajú tiež hrušky. Aj tu má Dobrý ježko svoju jedinečnú a výnimočnú ponuku. Je ňou Q Tee® – Celina PVR, nová odroda hrušky s krásnym, červeným líčkom. Má veľmi jemnú dužinu a lahodnú chuť. Bola vyšľachtená v Nórsku, krížením odrôd Broket Juli a Williams. Na pestovanie potrebuje teplejšiu klímu, aby sa naplno rozvinuli jej chuťové vlastnosti. Presne takú, aká je na Slovensku pri Dunajskej Lužnej alebo pri Piešťanoch.

Tradície a vzťah k prírode

Sezóna sliviek sa už skončila, ale na hodovanie predsa ešte budú mať svoje miesto. Bude sa tu variť slivkový lekvár podľa tradičného receptu starých mám. Pripomína ďalší pozoruhodný krok ovocinárov Dobrého ježka. Modré, oválne slivky s výraznou chuťou, známe aj ako Bystričky, boli nie tak dávno rozšírené po celom Slovensku. Zdecimoval ich vírus Šárky a tak sa začali sadiť srbské slivky, ktoré sú odolné, dozrievajú skôr, ale nemajú tú charakteristickú chuť. Ovocinári sa ale nevzdali a vyšľachtili odolné odrody, ktoré sa podobajú na Bystričku chuťou aj vzhľadom, akurát sú ešte väčšie. Dobrý ježko ich pestuje na úbočiach rieky Žitava v Branove a vracia nám tradíciu našich predkov.

Do svojich sádov však pozýva najmä deti a mládež nie iba počas výnimočných udalostí, sú tu častými hosťami napríklad v rámci školského programu. Ten znamená nielen dodávanie čer-



stvého, kvalitného a zdravého slovenského ovocia do škôl, ale aj dlhodobú edukáciu najmladšej generácie. Počas exkurzií do sádov sa oboznamujú s celým procesom pestovania a rastu od kvetu až po zrelé plody a nenásilnou, veľmi názornou formou sa dozvedajú veľa o prírode. Napríklad o úlohe včiel a ďalších opelovačov, o šetnom vzťahu k prírode a ďalších, čoraz dôležitejších otázkach.

Na tomto poli zohráva Dobrý ježko veľmi aktívnu úlohu nielen vo výchove, ale celou svojou

činnosťou. Pozoruhodným príkladom je biosad v Dunajskej Lužnej, ktorý je už druhý rok nositeľom náročnej certifikácie. Ale nie iba v ňom, ale doslova na každom kroku sú ovocinári verní ekologickým princípom. To ešte posilňuje partnerstvo so sférou obchodu, kde sa čoraz viac presadzujú požiadavky udržateľnosti. Aj v tomto je Dobrý ježko a jeho ovocie garanciou pre obchod a spotrebiteľa.



PIPIDU. NOVÁ ZNAČKA VAJEC Z VOĽNÉHO VÝBEHU NA SLOVENSKOM TRHU

Zdravšie a prirodzenejšie vajcia od sliepok z voľného výbehu, chované na Slovensku a dostupné pre slovenských spotrebiteľov. Pred pár dňami sa na Slovensku zrodila nová značka voľnovýbehových vajec PIPIDU. Stojí za ňou poľnohospodárska skupina SANAGRO. —

Red,pti



Farma v Horných Surovinách s voľným výbehom pre sliepky, kde sa produkujú vajcia značky Pipidu.
Zdroj: Nazahori.sk

Farma, na ktorej sa sliepky chovajú, sa nachádza v Horných Surovinách v okrese Senica. 37-tisíc nosníc má k dispozícii 15 hektárov trávnatých plôch, čiže 1 sliepka má na pohyb až 4 metre štvorcové. Na tejto ploche môžu využívať zimné záhrady, odpočívarene či unikátnu halu na znášku a kŕmenie. Ide tak o najmodernejšiu a najväčšiu farmu svojho druhu na Slovensku, a zároveň v strednej Európe. Mesačne sa tu vyprodukuje až 1 milión vajec z voľného výbehu, ročne tak z farmy odíde až 12 miliónov vajec z tohto typu chovu. Na trh sa dodávajú pod značkou Pipidu a v najobľúbenejších veľkostiach M a L.

Zodpovednosť voči spotrebiteľom

Podporiť domácu ekonomiku dokáže najmä domáca výroba a záujem zákazníkov. „Slovenský trh pociťuje čoraz väčší dopyt po vajciach od sliepok chovaných na Slovensku a v humánných podmienkach. Prichádzajúci zákaz klieťkového chovu zo strany Európskej únie tak ide ruka v ruku

Dodáva, že so zákazom klieťkového chovu sa plne stotožňuje. Zároveň je rád, že nielen Európa, ale aj Slovensko postupne smerujú k humánnym chovom. „Pre život zvierat je voľný pohyb prirodzený. Veríme, že možnosť vyjsť na slnko a mať dostatok životného priestoru prispieva k celkovému zdraviu poľnohospodárskych zvierat, čo sa následne odráža aj na kvalite produktov,“ uvádza Matúš Füreka.

Výhody vajec z voľného výbehu

Výsledkom prirodzeného a humánného chovu nosníc je kvalitnejší produkt. Vajcia Pipidu vsádzajú na svoj domáci a zdravý pôvod, ako aj na hravý názov a dizajn. Cieľom značky je odlíšiť sa od svojej konkurencie a priniesť na trh výrobok určený najmä pre spotrebiteľov, ktorí vyznávajú nielen lokálpatriotizmus, no aj zdravý životný štýl a preferujú zdravé domáce potraviny.

Jedno voľnovýbehové vajce obsahuje približne 6 gramov proteínu, omega 3 mastné kyseliny a vitamíny A a E. Dokonca obsahuje šesťkrát viac vitamínu D než tie bežné. Dôvod je jednoduchý. Sliepky sa počas väčšiny dňa „hrajú“ vonku a sú dlhodobo vystavované slnečnému žiareniu.

Produkovať kvalitné potraviny na Slovensku je podľa Matúša Füreka, projektového manažéra značky Pipidu, vzhľadom na obrovský tlak lacnejších produktov zo zahraničia náročné. „Domáci

s rastúcimi požiadavkami kupujúcich,“ myslí si Matúš Füreka, projektový manažér značky Pipidu.



Zdroj: Kreativkolektiv



Zdroj: Nazahori.sk

spotrebiteľ si zaslúži ešte kvalitné potraviny. Som však presvedčený, že poctivosť v poľnohospodárstve a chove zvierat je správna cesta, ktorá sa v dlhodobom horizonte oplatí všetkým zainteresovaným stranám.“

Koniec klieťkového chovu

Blíži sa január 2025. Od tohto dátumu by mali z pultov zmiznúť vajcia z klieťkového chovu a zákazníci by mali mať k dispozícii alternatívy z humánnejších chovov. V súčasnosti väčšina predávaných vajec pochádza z klieťkových chovov. Chovateľov však prerábka súčasných chovov stojí obrovské financie, na ktoré mnohí nemajú a podpora od štátu v tejto oblasti neprichádza. Rekonštrukcie chovov preto ostávajú výlučne na pleciach chovateľov.



Zdroj: Kreativkolektiv

„Z vlastnej skúsenosti viem, ako je finančne i administratívne náročný proces výstavby či rekonštrukcie chovov sliepok. A preto sa ani nečudujem znepokojeniu niektorých chovateľov zo zákazu klieťkového chovu,“ hodnotí Tomáš Kohút, generálny riaditeľ spoločnosti SANAGRO, pod ktorého značka Pipidu patrí.

Spolu s Matúšom Fürekom obaja zdôrazňujú, že sú radi, že vajcia značky Pipidu sa objavujú v drivej väčšine slovenských a zahraničných reťazcov. Je to podľa nich znak toho, že vyznávajú rovnaké hodnoty – uprednostňovanie produktov z humánnych chovov, dôraz na zdravie zvierat, podpora domácej produkcie a tlak na konzumáciu kvalitných produktov.



Slávnostné otvorenie a krst najväčšej farmy pre sliepky vo voľnom výbehu v Horných Surovinách.
Zdroj: Jaroslav Stojanik

ZNAČKA PIPIDU Z NAJMODERNEJŠEJ FARMY NA CHOV NOSNÍC

- ↑ Nachádza sa na Záhorí a má rozlohu 15 hektárov
- ↑ Na farme sa nachádza 37-tisíc nosníc
- ↑ Denná produkcia vajec je približne 33-tisíc, mesačná až milión vajec z voľného výbehu
- ↑ Nosnice majú na širokej trávnej ploche k dispozícii viacero zimných záhrad a prístreškov, kde môžu odpočívať alebo sa skrývať pre slnkom
- ↑ Farma je vybavená špičkovou technológiou a halou, kde prebieha znáška a kŕmenie
- ↑ Celá hala je plne digitalizovaná, obsluhuje ju päť ľudí
- ↑ Sliepky znášajú vajcia na svojich bydielkach, vajcia sa po miere šikmej podlahe skotúľajú na dopravníkový pás a ten ich dopraví do haly, kde sa ukladajú a následne putujú do triedičky.
- ↑ Vďaka digitalizácii získava spoločnosť z výroby množstvo dát – o priemernej teplote či znáškovosti, dostatočnom teple, svetle a podobne

NAJVÄČŠÍM PRISPIEVATEĽOM FAIRTRADE NA SLOVENSKU JE LIDL

Fairtradový príspevok Lidl Slovenská republika prekročil za predošlých päť rokov hranicu milión EUR. Ak vezmeme príplatok za rok 2022 sumárne za celé Slovensko, diskont z neho zaplatil viac ako 45%. Výrobky s Fairtrade certifikáciou nájdu zákazníci v Lidli predovšetkým pod privátnymi značkami J.D.Gross, Favorina či Gelatelli.

Red, Zdroj: Lidl, Fairtrade Česká republika a Slovensko, Foto: Francis Kokoroko



Etická certifikácia Fairtrade označuje produkty, za ktoré pestovatelia dostali zodpovedajúcu odmenu a ktoré vznikli bez zapojenia detskej práce a ničenia životného prostredia. Základným cieľom spoločnosti Lidl Slovenská republika je zlepšovať životy ľudí – zamestnancov, zákazníkov a tiež dodávateľov. Platí to pre domáчих, ako aj zahraničných partnerov. Jedným zo spôsobov ako diskont pomáha je práve zapojenie sa do systému Fairtrade. Príspevok Lidla za rok 2022 predstavoval 310 404 EUR, pričom za predošlých päť rokov sumárne prekonal hranicu milión EUR. Lidl je dlhodobo najväčším platcom fairtradového príplatku na Slovensku. Diskont zaplatil viac ako 45% z celkového „slovenského“ Fairtrade príplatku za rok 2022. Dodajme, že Lidl má stanovené konkrétne ciele v oblasti trvalej udržateľnosti svojho sortimentu privátnych značiek.

„V Lidli veríme, že pomáhať je správne a môže tak urobiť každý jeden z nás. Dávame preto našim zákazníkom možnosť zapojiť sa do veľkých a zmysluplných projektov, pričom sa počíta každý jeden cent. Nákupom výrobkov s označením Fair-

trade pomáhajú spravodlivejším obchodným podmienkam, dodržiavaniu ľudských a pracovných práv, šetreniu prístupu k životnému prostrediu a dôstojným podmienkam zamestnancov v rozvojových krajinách. Ďakujeme,“ povedala **Katarína Horňáková**, CSR manažérka z rezortu nákupu v Lidl Slovenská republika.

Podľa údajov organizácie Fairtrade Česká republika a Slovensko sú skokanmi roka 2022 fairtradová bavlna, trstinový cukor a čaj. Najviac na predané množstvo sa u nás predalo fairtradového kakaa. Výrobky s Fairtrade certifikáciou nájdu zákazníci v Lidli predovšetkým pod privátnymi značkami J.D.Gross, Favorina či Gelatelli. Certifikovaná je aj káva z automatov Lidl2Go a tiež bavlnené nákupné tašky. Celkovo slovenský Lidl nakúpil zo systému Fairtrade za 12 mesiacov takmer 1,2 milióna kilogramov kakaových bôbov, 120 ton bavlny, 21 ton trstinového cukru a viac ako 6 tony zelenej kávy. Spotreba fairtradového kakaa v roku 2022 na slovenskom trhu bola 1 909 ton, prevažne vo forme čokolády, cukroví, zmrzlín a raňajkových cereálií. Lídrom v predaji fairtradového kakaa je Lidl.

„Rast predajov pri niektorých komoditách nás, samozrejme, teší, pretože predaj fairtradových výrobkov je pre pestovateľov z krajín Afriky, Ázie a Latinskej Ameriky v tomto čase ešte dôležitejší než inokedy. Fairtrade totiž pomáha posilňovať ich odolnosť proti krízam, či už ide o krízu klimatickú, alebo nečakané ekonomické výkyvy, aké predstavujú napríklad pandémie alebo aktuálny vojnový konflikt,“ vysvetľuje **Lubomír Kadaně**, riaditeľ Fairtrade Česká republika a Slovensko.

Férová odmena za prácu

Fairtrade je certifikácia tovarov, ktoré spĺňajú určité sociálne, ekonomické a ekologické štandardy. Cieľom tejto certifikácie je poskytnúť pestovateľom a zamestnancom možnosť užiť sa vlastnou prácou za dôstojných podmienok. V systéme Fairtrade dostávajú zapojení pestovatelia okrem zodpovedajúcej ceny ešte príspevok, ktorý môžu použiť na investície do rozvoja svojich fariem a komunít. „Tieto prostriedky môžu navyše pestovatelia využívať aj na implementáciu takých opatrení, ktoré im pomáhajú vyrovnávať sa s klimatickou zmenou. Príkladom je obmena kávovníkov alebo iných plodín za odolnejšie odrody,“ dodáva L. Kadaně, ktorá ocenila vysokú angažovanosť obchodníkov, ktorí fairtradové produkty zaraďujú do sortimentu a podporujú ich predaj.

Známku FAIRTRADE podľa prieskumu MEDIAN SK ju pozná 62 % slovenských spotrebiteľov, 28 % respondentov uviedlo, že presne vie, čo toto označenie znamená. Spontánnu znalosť tohto označenia prieskum zistil u 12 percent respondentov. Z prieskumu Ipsos zasa vyplýva, že 54 % Slovákov považuje spoločenskú zodpovednosť firiem za dôležitý faktor pri výbere tovaru či služby. Viac než polovica populácie, a to konkrétne 57 %, je tiež ochotná si za spoločenský produkt priplatiť.



ČOMU VENUJEME POZORNOSŤ PRI VÝBERE DETSKEJ KOZMETIKY?

Deti majú citlivú pokožku. Môže byť náchylná na podráždenie, ekzémy, suchosť, mykózy a alergické reakcie, takže výberu vhodných výrobkov venujú spotrebiteľia a predovšetkým spotrebiteľky zvýšenú pozornosť.

Red, Zdroj: NIQ, ADLEROVÁ, Y.: Kůže zblízka, Euromedia Group, Praha 2018, 1. vydanie, 300 s. Foto: dreamstime.com

Na úvod je dôležité poznamenať, že každá detská pleť je iná, preto je vhodné sa okrem všeobecných odporúčaní riadiť sa konzultovať prípadne neželané reakcie s pediatrom, dermatológom alebo alergiológom. Navyše kožné problémy môžu súvisieť aj s potravinami, nielen s použitím konkrétnej detskej kozmetiky. Dáta NIQ z maloobchodného trhu v obchodoch s potravinami a zmiešaným tovarom a drogériách bez Metra ukazujú, že za posledných 12 mesiacov (končiac týždňom 20/2023) predaje detskej kozmetiky poklesli o 8 % pokles v objeme, pričom tržby rástli 2 % -ným tempom ovplyvnené rastúcou infláciou a zdražovaním. Spomedzi segmentov detskej kozmetiky sú podľa agentúry NIQ najviac predávané detské krémy, mlieka a oleje, ktoré tvoria až 84 % všetkých predajov kategórie.

Čomu teda venujú nakupujúci pozornosť?

Zloženie. Informovanému rozhodnutiu o kúpe predchádza skúmanie zloženia. Spotrebiteľia nenakupujú výrobky, ktoré obsahujú parabény, sirany, ftaláty a farbivá. Rôzne kožné reakcie sú spôsobené zložkami, ktoré sú v kozmetike nositeľmi vône alebo sú zložkami éterických olejov, ako je isoeugenol, cinnamal, škoricový alkohol, hydroxycitronellal, benzylbenzoát, lyral, farnesol, linalool, eugenol, Peru balzam Limonene, geraniol a podobne. Súhrnne

sa nazývajú „aromatické látky“, a teda zákazníci dávajú prednosť prípravkom bez týchto látok. V súčasnosti poznáme desiatky aromatických látok so silným alergickým potenciálom, samozrejme záleží na koncentrácii v danom produkte a na senzitivite kože dieťaťa.

Dermatologicky testované. Produkty, ktoré boli dermatologicky testované, poskytujú naku-
pujúcemu väčšiu istotu, že sú vhodné aj pre citlivú detskú pleť. Mnohí využívajú aj tzv. predtestovanie, čiže pred použitím nového výrobku na pokožku dieťaťa naniesú prípravok len na malú plochu, aby sa ubezpečili, že nevyvoláva žiadne nežiaduce reakcie.

Uprednostňujeme kozmetiku, ktorá je označená ako „hypoalergénna“, čo znamená, že bola vyvinutá tak, aby minimalizovala riziko alergických reakcií. Inými slovami, má menej potenciálnych alergénov ako v bežnej kozmetike. Zatiaľ nie sú stanovené pravidlá, za akých môže byť kozmetika označená ako „hypoalergénna“.

Šetrná voči pokožke. Podobné je to i týmito tvrdením. Uvádza sa na širokom spektre produktov, od jemných mydiel až po čistiace prostriedky, ktoré neobsahujú niektoré chemikálie a sú vďaka tomu šetrné voči pokožke.

Organická alebo prírodná kozmetika je variáciou „šetrná k pokožke“, avšak tu už sú zložky a zloženie prísne testované. Platí, že takáto kozmetika obsahuje prírodné zložky, ktoré sú šetrnejšie k pokožke. Existuje niekoľko rôznych certifikátov pre BIO kozmetiku (BDIH, NaTrue, ECO control, CPK a CPK BIO) rovnako tak Vegan, Fairtrade alebo pre kozmetiku, ktorá nie je testovaná na zvieratách (napr. HCS a HHPS).

Obsah alkoholu. Ako už bolo spomenuté, produkty obsahujúce



alkoholy nie sú vhodné pre každé dieťa. Môžu totiž vysušovať a dráždiť citlivú pokožku.

Nakupujeme overené a dôveryhodné značky. Navyše takéto produkty vyhľadávame u špecialistov, teda v drogériách a lekárnach. Nemalý význam pri výbere zohrávajú odporúčania. Najmä počas pandémie sa aj lekári a odborníci začali orientovať na edukáciu pacientov prostredníctvom sociálnych sietí. Spomenúť možno napríklad dermatologičku MUDr. Karolínu Baumgartnerovú, ktorá šíri osvetu o prevencii a liečbe kožných chorôb u detí aj dospelých na Instagrame.

Dôležitým rozhodovacím faktorom je samozrejme cena. Niektoré poisťovne preplácajú resp. poskytujú zľavy na detskú kozmetiku konkrétnej značky. Vzhľadom k spomenutej inflácii siahajú spotrebiteľia stále častejšie aj po „neznámych“ privátnych značkách, ktoré sú objemom predaja na úrovni TOP 5 značiek kozmetiky pre deti.

Špecifické požiadavky sú na detskú kozmetiku na opaľovania a po opaľovaní. Spotrebiteľia si všímajú SPF – sun protection factor (pre UVB žiarenie) a PPD (pre UVA žiarenie), aktuálne stále viac žiadaný je 50. V praxi to znamená, že vlastná ochrana proti slnečnému žiareniu napríklad 10 minút u typu pleti I sa predĺži 50-krát. Druhým atribútom je odolnosť proti vode, teda, že aj po kúpaní zostane na koži ešte aspoň 50 % ochranných substancií.



VYDAVATEĽSTVO TATRAN,

Klariská 329/16, 811 03 Bratislava, Tel. 00421 2 5443 5849, www.slovtatran.sk



CITADELLA PUBLISHING, SPOL. s r.o.,

Karľovská 416/49, 84104 Bratislava, Tel. +421 915 381 073, www.citadella.sk

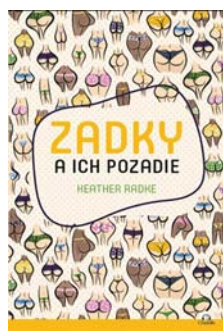


Stuart Sandeman Nádyh, výdyh

Cena: 22,90 EUR

Odkedy autora tragická strata priviedla k práci s dychom, pomohol už tisícim ľudí pretransformovať svoje životy, a to len tak, že začali inak dýchať. V knihe vás vezme na cestu za objavením skrytej sily vo vašom vnútri, ktorá dokáže zmeniť to, ako myslíte aj ako sa cítite. Vďaka jeho ľahkým a účinným cvičeniam, ktoré sú podložené výskumom a rokmi praxe, získate zdravý spánok,

zvládnete stres aj bolesť, rozoznáte a zbavíte sa presvedčení, ktoré vás brzdia, zvýšite si sústredenie aj výkon.



Heather Radke Zadky a ich pozadie

Cena: 16,06 EUR

„Dôkladne naštudované a spracované kultúrohistorické dielo“ (podľa The New York Times), ktoré skúma, ako jedna časť tela ovplyvňovala životy žien – a ľudí vo všeobecnosti – po celé stáročia a čo táto obsesia vypovedá o našich životoch dnes. Či už ich milujeme, alebo nenávidíme, považujeme ich za sexi alebo divné, príliš veľké, príliš malé, ľudia majú k zadkom

zložitý vzťah. Autorka je reportérka, esejistka a redaktorka RadioLabu a preveruje vás takmer dvomi storočiami kultúrnej histórie.

Lindeni, Albatros Media Slovakia, a.s.,

Mickiewiczova 9, 811 07 Bratislava, Tel. +421 02 444 520 48, www.lindenisk

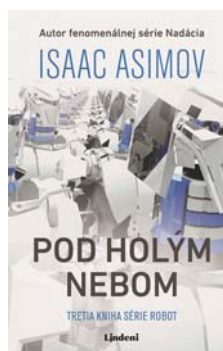


John Wyndham Deň trifidov

Cena: 17,99 EUR

Ľudstvo až na pár výnimiek osleplo. Civilizácia je v troskách a zvláštne rastliny – trifidy – sú na ceste ovládnuť svet. Dychberúce kultové sci-fi z roku 1951 od jedného z najrešpektovanejších britských autorov tohto žánru Johna Wyndhama vychádza v novom slovenskom preklade Ivany Cingelovej. Najslávnejší katastrofický román dvadsiateho storočia očaruje aj straši dodnes. Podľa románu

bol natočený jeden celovečerný film, dva televízne seriály a tri rozhlasové série. V roku 1952 bol nominovaný na International Fantasy Award.



Isaac Asimov Pod holým nebom

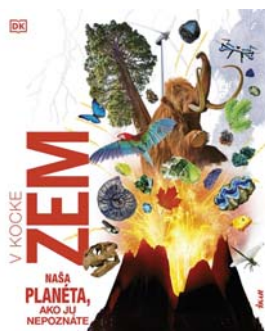
Cena: 17,99 EUR

Nadčasová séria o robotoch pokračuje. Séria obsahuje najvplyvnejšie myšlienky moderného sci-fi. Zadefinovali tri zákony robotiky, ktoré dodnes ovplyvňujú pohľad na prítomnosť i budúcnosť umelej inteligencie. Dej: obyvatelia planéty Solaria žijú takmer v úplnej izolácii. O všetky ich potreby sa starajú robotickí sluhovia a predstava priameho kontaktu s inými ľuďmi im pripadá nechutná. Napriek tomu sa

jeden z obyvateľov stane obeťou vraždy. Na scénu tak prichádza detektív Eliáš Baley a jeho o partner robot Daneel Olivaw.

IKAR, a.s.,

Miletičova 23, 821 09 Bratislava, Tel. +421 2 49 104 333, www.ikar.sk



kolektív autorov Zem v kocke

Cena: 24,90 EUR

Pútavá rodinná encyklopédia vás pozýva na podrobné preskúmanie našej planéty. Prečítajte si, ako pred miliardami rokov vznikla Zem a čím je naša planéta unikátna. Spoznajte sopky, zemetrasenia a extrémne meteorologické udalosti, ktoré formovali našu planétu, oboznámte sa so všetkými formami života na Zemi. Zistíte, ako nás

ohrozuje zmena klímy a ako môžeme našu planétu chrániť. Okrem množstva zaujímavých a užitočných informácií kniha prináša aj úžasné počítačové ilustrácie, ktoré vám ukážu Zem tak ako nikdy dosiaľ!



Helena Merriman Tunel 29

Cena: 22,90 EUR

Tunel 29 je literatúrou faktu spracovanou románovým spôsobom. Zachytáva nielen historické udalosti a súvislosti, priebeh studenej vojny, informácie o vtedajšom režime panujúcom vo východnom Nemecku, tajnej službe, špionáži, Berlínskom múre, ale aj individuálne osudy aktérov. Číslo 29 symbolizuje počet ľudí, ktorých sa podarilo tunelom previesť na druhú stranu, pretože inak by nemali žiadnu šancu prežiť. Bývalá

reportérka BBCA zostavila a produkovala príbeh o Tuneli 29 aj pre svoj podcast na stanici BBC Radio 4.

POP AI DAY 2023

Spolu múdrejší pre budúcnosť retailu
alebo prečo nás AI nenahradí.

15. ročník prestížnej udalosti pre profesionálov z retailu.

23. 11. 2023 | Kongresové centrum
O2 universum



POP AI
FORUM



POP AI
AWARDS



HVĚZDA 3D
REKLAMY



POP AI
STUDENT
AWARD

AKCIU ORGANIZUJE
ASOCIÁCIA POPAI CE

POP AI
PART OF THE **shopi** GLOBAL NETWORK
CENTRAL EUROPE

PODUJATIE PREBIEHA V SPOLUPRÁCI
S AGENTÚROU UP BRAND ACTIVATION

upba

PODUJATIE PREBIEHA POD ZÁŠITOU
SVAZU OBCHODU A CESTOVNÍHO RUCHU ČR

SOCR ČR
Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR

GENERÁLNÍ PARTNERI

ferratt
international

Quant

HLAVNÍ PARTNERI

WELLEN
RETAIL
EXPERIENCE

KNOWINSTORE

THIMM

Piženský Prázdný

AV MEDIA
komunikace obrazem

RD present

PARTNERI

DAGO

AUTHENTICA
GLOBAL RETAIL PARTNER

paketo.one

O₂ universum

SPONZORI

HAFELE

Vafo

Bonduelle

L'ORÉAL

GAIA

Coca-Cola HBC
Česko a Slovensko

Showdown
DISPLAYS

MANUFATURA

zápůjčka.cz

eclipse.

ODBORNÍ PARTNERI

CMS

AKA | ASOCIACE
KOMUNIKAČNÍCH
AGENTUR

HLAVNÍ
MEDIÁLNÍ PARTNER

Zap

MEDIÁLNÍ PARTNERI

Brands&Stores
Brands&Stores

newstream

MAM
MARKETING
& MEDIA

**MEDIA
GURU**

SVĚTBLENÍ

Tap'
instore



**POP AI
CENTRAL EUROPE**
popai@popai.cz
www.popai.cz

Bübchen®

Na jemnú
detskú pokožku
skutočne čistá
KVALITNÁ kozmetika

NOVINKA!



**NEMECKÁ kvalita
& dostupná cena**

Modrý rad pre najmenších v novom dizajne

novinky



Pre deti od 3 rokov

Hravé slizy a peny s príškermami

Farebné
laboratórium
do kúpeľa

Pena na umývanie rúk

• dermatologicky testované • klinicky overené • bez farbív a chemických konzervantov • alergikmi dobre znášané



STAROSTLIVOSŤ O DIEŤA.
STAROSTLIVOSŤ
O ŽIVOTNÉ PROSTREDIE.



www.bubchen.sk
fb.com/BubchenSlovensko

ŽIADAJTE v lekárňach, predajniach Kaufland, Billa, e-shopoch: mojadm.sk, market24.sk, feedo.sk, mixxer.sk a pharmshop.sk!