

## 6. Shopper Marketing Breakfast podpořil Potravinovou banku Praha

Portál Místoprodeje.cz uspořádal ve středu 12. června 2019 v pořadí již šestou akci s názvem Shopper Marketing Breakfast, které se zúčastnilo opět více než 70 retailových odborníků a zástupců značek. Akce se konala podruhé v krásných kancelářích CHECH PROMOTION. Partneři akce byly společnosti FG Forrest a Business Success. Účastníci mezi sebou v závěru vybrali finanční dar pro Potravinovou Banku. Akce obsahovala tři části – snídaňový networking, přednáškovou část a vyhlášení výsledků retailové soutěže portálu TOP In-Store realizace měsíce února až dubna 2019. Na závěr akce proběhla mezi účastníky finanční sbírka pro Potravinovou banku Praha, která obtížně financuje svůj provoz, vybralo se 5500,- Kč. Každý účastník obdržel velmi zajímavou publikaci RetailBook, která detailně mapuje všechny nákupní centra v České republice a na Slovensku.

Více informací a fotografie z akce naleznete [ZDE](#)

## Ocenění TOP In-store realizace měsíce dubna 2019 získala kampaň Uvedení nové značky vlasové kosmetiky v prodejnách Globus

Portál Místoprodeje.cz vyhláší nového vítěze soutěže s názvem TOP In-store realizace měsíce. Vítězem za měsíc duben se stala realizace Uvedení nové značky vlasové kosmetiky v prodejnách Globus. V tomto soutěžním kole získala u porotců vítězství s větším náskokem kampaň Uvedení nové značky vlasové kosmetiky v prodejnách Globus, která v řetězci Globus za POS materiály použila podlahový stojan s imitací dřeva. Zadavatelem realizace byla společnost Procter & Gamble - Rakona, s.r.o., kreativní agenturou a realizátorem byla společnost DAGO. s.r.o. Tato realizace získala od odborné poroty celkovou známku 6,93 bodů z maxima 10 bodů. V kategorii kreativního zpracování obdržela vítězná realizace 6,5 bodů, v kritériu celkové produkční provedení získala realizace ohodnocení 7,5. V potenciálu upoutání pozornosti v místě prodeje přidělili porotci této realizaci 6,8 bodu

Více informací [ZDE](#)

## Nákupní centrum Citypark Jihlava prochází rekonstrukcí za 100 milionů

Jediné nákupní centrum na Vysočině, Citypark Jihlava, čeká letos výrazná proměna. Rekonstrukce, jejíž náklad přesáhne 100 milionů korun, se rozběhla v dubnu a završena bude na podzim. Do nejmenšího krajského města díky ní vstoupí nové trendy, zákazníci se mohou těšit i na nové značky nebo prosklený panoramatický výhled s výhledem na okolí.



Více informací [ZDE](#)

## POP AI NEWS

### Čistý objem trhu reklamy v místě prodeje vzrostl o 5 %

Asociace marketingu v místě prodeje POPAI ve spolupráci s mediální agenturou OMD Czech již osmým rokem zveřejňuje výsledky projektu monitoringu investic do komunikace v místě prodeje. K dispozici jsou tak v Česku informace o objemu investic do in-store komunikace v letech 2010 - 2017 a také informace o jejich struktuře. Sběr dat probíhá kontinuálně od jara roku 2010 na třech různých úrovních, které měly za cíl zmapovat investice do produkce reklamních médií v místě prodeje. Celkovým objemem trhu in-store reklamy rozumíme finanční objem reprezentovaný reklamními nosiči vyrobenými společnostmi se sídlem v ČR a objemem dovezených POP prostředků ze zahraničí na náš trh. V současné době většina FMCG společností svá POP zadává a vyrábí na lokálním trhu a zároveň sami neexportují do jiných regionů. Nejčastější výjimkou je Slovensko, u kterého je obvyklé, že některé nadnárodní společnosti vyrábí a dodávají na tento trh POP media přes české pobočky. Celkový objem investic do reklamy v místě prodeje vznikl součtem tří částí monitoringu. Celkový finanční objem investovaný do produkce prostředků reklamy v místě prodeje za rok 2017 v České republice tvořil 7,85 miliardy Kč. V roce 2017 tak došlo k přibližně 5% nárůstu oproti hodnotě z roku 2016. Bohužel na trhu neexistují srovnatelné informace o investicích do produkce v ostatních mediálních kanálech. Ty jsou však v in-store

komunikaci výrazně dominantní. Přímé srovnání investic do produkce POP komunikace s celkovými investicemi do ostatních médií je proto obtížné. Pro orientační představu uvádíme v tabulce níže data z monitoringu inzerce od společnosti Nielsen Admosphere. Uvedené hodnoty vychází z bitto, resp. z ceníkových cen bez běžně poskytovaných slev a bonusů. Některé mediální agentury a experti odhadují reálné, resp. netto investice na přibližně 40-50 % z hodnot uvedených v tabulce. Srovnání těchto údajů o mediálních investicích s investicemi do produkce In-store komunikace z našeho monitoringu je proto pouze orientační. Celou zprávu o výsledcích monitoringu trhu reklamy v místě prodeje najdete [ZDE](#).



### POP AI CE vydala Kalendář akcí v oboru marketing at retail 2019

Nový informační materiál „Kalendář akcí v oboru marketing at retail 2019“ obsahuje seznam akcí v oblasti marketingu, retailu a in-store komunikace (veletrhů, výstav, konferencí, oborových soutěží, odborných setkání, seminářů) v roce 2019 v ČR a v zahraničí. Letos kalendář vznikl za partnerské podpory členských společností Authentica, Dago, DEKOR a ROSS. Kalendář je celoročně prezentován v tištěné i elektronické formě na všech akcích POPAI CE a na dalších odborných akcích, na webu POPAI CE, v elektronických newsletterech atd. Kalendář najdete [ZDE](#)