

i rostlinných bílkovin jsou samozřejmě ty přirozené, v poslední době ale získávají obrovskou popularitu výrobky obohacené o proteiny. Ať už jde o nejrůznější tyčinky, nápoje, jogurty nebo kaše, které zaženou hlad a zasytí na delší dobu. Vysokým obsahem bílkovin a zároveň nízkým obsahem tuku je charakteristický například Olma Protein Jogurt, který je zdrojem dobře vstřebatelného vápníku a vyrábí se z kvalitního českého mléka. Ze stejného mléka je připravena i mléčná bílkovina, která je do jogurtu přidávána. Prodává se ve variantách bílý neslazený, malina, meruňka a pomeranč se zázvorem. Mlsání nemusí být hříchem s krémovým pudinkem Ehrmann – High Protein Pudding, který se připravuje z vysoce kvalitního pasterizovaného odstředěného mléka a kakaových bobů či s přírodním aromatem z pravé vanilky. Jde o ideální svačinu s minimem sacharidů a kalorií, která rychle dodá energii. Kromě

vanilkové a kakaové verze se prodává také v příchutích karamel a čokoláda-kokos. K snídani nebo rychlé svačině kdykoli během dne se hodí také produkty z proteinové řady Active Protein od společnosti Meggle, která zahrnuje tvarohy (s příchutí ananas a hořká čokoláda), bílý jogurt, Cottage cheese sýr, mléčné drinky (čokoládový, vanilkový a kávový) i mléko s 1,5 % tuku. Bohušovická mlékárna rozšířila nedávno portfolio mléčných výrobků o nový Protein, odtučněný tvaroh s přidavkem bílkovin, kterých je v běžném spotřebitelském balení (140 g) až 17,5 g. Ocení ho nejen sportovci a k dostání je ve čtyřech příchutích: natur ve dvou velikostech, jahoda, borůvka a broskev-meruňka.

DRINKY NEJEN NA CESTY

„Co se týká mléčných výrobků, každému vyhovuje něco jiného. Někdo nemá

rád nebo mu nevyhovují ty z kravského mléka a sáhne raději po ovčích nebo kozích. Naštěstí je dnes takový výběr, že si opravdu každý přijde na své. Společným jmenovatelem by ale měla být přirozená tučnost mléka, to znamená kolem 3 až 4 %, ideálně více bílkovin a pokud jde o jogurty a tvarohy, ty by neměly být přislažované cukrem,“ říká Mgr. Lada Nosková.

Mlékárna Hollandia rozšířila svou řadu Bio BiFi drinky o příchut' osvěžující malina s vanilkou. Jogurtový nápoj je plný prospěšných bakterií Bifidobacterium a Lactobacillus acidophilusje a co víc, z obalu byla odstraněna překryvná plastová víčka. Jde o jeden z prvních kroků, které česká mlékárna chystá, aby co nejvíce šetřila přírodu. Součástí balení je speciální dvouvrstvé víčko, tzv. comfort lid. Díky této technologii se odloupne horní hliníkové víčko, ale zůstane ještě spodní, tzv. pící víčko.

MAST-JAEGERMEISTER POUŽIL VE SPOLUPRÁCI S DAGO POPRVÉ V ČESKÉ IN-STORE KOMUNIKACI HOLOGRAM

Přes třetinu výrobků z kategorie alkoholických nápojů zákazníci vkládají do košíku ze sekundárního umístění, tedy z místa mimo hlavní regál. Proto se výrobci alkoholu investice do tohoto typu reklamy v místě prodeje vyplácí. Tento fakt měli na paměti ve společnosti Mast-Jaegermeister, když chystali akční paletový ostrov pro jejich známý bylinný likér.

Pro zvýšení povědomí o soutěži a pro podporu prodeje se rozhodli využít atraktivní vystavení v prodejnách. „Měli jsme jasnou představu, jak by měla kampaň vypadat. Klíčové bylo, aby udržovala stabilní komunikační rovinu, která by v přeplněných prodejnách vynikla mezi ostatními a předala hlavní poselství soutěže. Zároveň musela vycházet z identity značky,“ shrnuje Trade Marketing Channel Specialist Lenka Horníková ve společnosti Mast-Jaegermeister. Paletový ostrov zhotovila společnost Dago, která

pro Jägermeister připravuje POS komunikační řešení dlouhodobě. Nejpoutavějším prvkem je holografická projekce jelena, která odkazuje k virtuální realitě, předmětu soutěžní výhry. Hologram je vytvářen pomocí otočných lopatek opatřenými řadou LED, na které se přenáší minutová videosmyčka. Hlavní roli obrazu visícího ve vzduchu hraje jelen coby symbol značky. Kromě toho



objeví zákazníci na vystavení další přitažlivé prvky, například jelení hlavy gravírované na podsvícené plexisklové desce nebo vestavěný mrazák, z něhož lze odebrat nápoj namražený na doporučenou teplotu -18 stupňů.



Záměr zaujmout nakupující se dle ohlasů zdařil, a projekt ocenili také odborníci. V českém kole soutěže POPAI Awards se stal absolutním vítězem a umístil se také na prvním místě pravidelného měsíčního klání o nejlepší realizaci, které realizuje portál Místoprodejce.cz. Chystá se také soutěžit i v evropské soutěži POPAI Awards a celosvětové Shop! Awards.