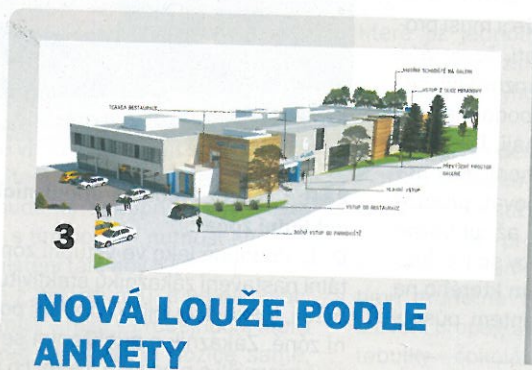


OBCHODY V NOVÉM KABÁTĚ, VÝROČÍ A PLES



1
**DOBREJ ŠPAJZ SLAVÍ
PRVNÍ ROK**



3
**NOVÁ LOUŽE PODLE
ANKETY**



2
**QANTO OTEVÍRALO
A PLESALO**



4
**PRVNÍ ZÁKAZNICKÁ
SOUTĚŽ**

1 Rok fungování slaví prodejna **Dobřej Špajz**, která nabízí domácí produkty v brněnské čtvrti Žabovřesky. Je umístěna do novostavby, je moderně a stylově vybavena a zvenku rozhodně nepřipomíná typické české prodejny potravin. Nabídku pečiva, masa, uzenin a mléčných výrobků doplňuje vybraný sortiment nápojů, zavařenin a lahůdek. Majitelka si dává záležet na výběru toho nejlepšího, prodejna není přeplněná velkým množstvím zboží. „S přítelem, který je vášnivý kuchař, jsme zjistili, že nemáme kam chodit nakupovat kvalitní české potraviny. Pak jsem na jaře v roce 2013 zhlédla jednu televizní reportáž o podobných farmářských prodejních a nápad byl na světě,“ říká majitelka prodejny Markéta Vlachová. Největší zájem je o uzeniny, maso a mléčné výrobky, ale majitelka se zákazníkům snaží nabídnout co nejkompletnější sortiment, aby už nemuseli jít nakupovat jinde. „Naším typickým zákazníkem je člověk, kterému není jedno, co jí, a považuje dobré jídlo za nedílnou součást kvality života. Některé zákazníky známe i jménem, víme, kde pracují, kolik mají dětí a občas i jaké je zrovna trápí problémy. Lidé si k nám někdy přijdou i popovídat, jsou rádi, když jim s výběrem potravin poradíme a současně také doporučíme možnou úpravu zakoupených potravin. Tohle se vám v supermarketu prostě nestane,“ uzavírá.

2 V pátek 28. 2. byl otevřen nově zrekonstruovaný **Qanto Market Sušice** v Moravské Třebové. Rekonstrukce byla zahájena v prosinci roku 2013 počínaje bezbariérovým vchodem do prodejny, průčelím budovy až po nové moderní vnitřní vybavení. „Všemi úpravami chceme maximalizovat možnou

velikost prodejní plochy na sto padesát metrů čtverečních. Vzhledem k různé velikosti našich prodejen musíme změny vždy přizpůsobit, a tak je každá naše prodejna originál,“ říká Andrea Karlová, manažerka komunikace společnosti **Qanto CZ**. Ve zrekonstruované prodejně zůstaly původní pouze pokladny a obslužné vitríny, které jsou zánovní. Sortiment nové prodejny čítá bezmála 3000 položek.

V sobotu 1. března uspořádala tato firma v prostorách svitavského multifunkčního centra **Fabrika** pro své obchodní partnery a hosty již 16. reprezentační ples. Zhruba na pět set se jich mohlo pobavit s Cimbálovou muzikou Martina Peprníka, zlatým hřebem bylo vystoupení Leony Machálkové a poté taneční parket zcela naplnil Janek Ledecký. Téměř všichni hosté si z plesu odnesli zajímavé výhry z tomboly. Výtěžek z tržby za míchané nápoje společně s výtěžkem z dražby slivovice R. Jelínek ročník 1989 a dražby horského kola v celkové výši 59 tisíc Kč budou i letos věnovány **Charitě Svitavy**.

3 Po téměř čtyřiceti letech připravuje **Konzum, obchodní družstvo v Ústí nad Orlicí**, celkovou rekonstrukci nákupního centra na sídlišti Štěpnice. Jeho obyvatelé mají možnost se formou anketních lístků vyjádřit k obchodům a službám, které by zde přivítali. Nová nákupní galerie by měla nést název **Nová Louže**. Vedle klíčového supermarketu potravin družstvo předběžně počítá s prodejnou drogerie, hraček, kadeřnictví, lékárnou a novou pobočkou **České pošty**. Celá rekonstrukce by měla proběhnout již v letošním roce. „Chtěli bychom vytvořit nákupní galerii pro lidi, kteří zde žijí. Proto jsme

se rozhodli zapojit občany do spoluprávy obsahu celého centra. Víme, že je to neúvyklé, ale věříme, že se to setká s pozitivní odezvou a výsledkem budou obchody a služby, které budou skutečně oblíbené,“ uvádí ředitel **Miloslav Hlavsa**.

4 Společnost **Makro Cash & Carry ČR** letos plánuje zdvojnásobit počet prodejen, které podporuje v rámci aliance **Můj obchod**. Tu nyní tvoří přes 220 drobných obchodů a retailer pro ně nyní spouští první spotřebitelskou soutěž. „Velikonoční soutěž, která probíhá od 14. března do 30. dubna, bude zákazníky odměňovat za věrnost,“ vysvětluje ředitelka komunikace **Romana Nyrdlé**. „Rozdělíme až 50 hodnotných cen včetně automobilu Opel Corsa, notebooků, televizí nebo tabletů,“ dodává. Může se zúčastnit každý, kdo v průběhu soutěže v dané síti nakoupí alespoň šestkrát, vždy v minimální hodnotě 200 Kč. Za nákupy zákazníci sbírají razítka, po naplnění soutěžního kuponu vyplní své údaje a zodpoví tipovací otázku. Vyhrávají ti, jejichž tip se bude nejvíce blížit správné odpovědi. „Tato soutěž je první vlašťovkou. Do budoucna chceme aktivitu, jimiž podporujeme naše partnerské maloobchodníky, dále rozšířit,“ uvádí **Romana Nyrdlé**. Podrobnosti o soutěži najdou zákazníci na www.mujobchod.cz. Podnikatelé zapojení do aliance si ponechávají svou samostatnost. Makro jim pomáhá s marketingem, radí s rozmístěním prodejen a pravidelně připravuje akční nabídky.

Pavel Neumann