

**SEZNAM STORITEV ZA IZDELKE VSAK DANJE RABE
ZA LETO 2010**

Ljubljana, junij 2010

1. MARKETINŠKE STORITVE

Aktivnost
Oglas v akcijskem letaku*: - 1/4 strani - 1/3 strani - 1/2 strani
Oglaševanje izdelka v PPA akcije*
Zakup oglasnega prostora za dobaviteljev plakat ali letak ali označevalec ali nagradne kartice
Degustacije na prodajnem mestu
Papirnate vrečke na oddelku kruha in pekovskega peciva
Co-marketinške aktivnosti
Namestitev označb na bok zaključka (velja samo za zaključke, namenjene promocijskim aktivnostim)
Namestitev regalnih trakov na zaključku (velja samo za zaključke, namenjene promocijskim aktivnostim)
Promocije v avlah
Promocijski dogodki v avlah
Interni radio
Interna televizija
Oglaševanje na varovalnih senzorji
Oglaševanje na nakupovalnih vozičkih
Oglaševanje na zaslonih nad Tik-Tak blagajnami
Oglaševanje na info kioskih
Oglaševanje na zadnji strani termo trakov (blagajniškega računa)
Oglaševanje v reviji Uživajmo zdravo in kluba M holidays

* Ne velja za dobavitelje svežega in suhega sadja in zelenjave, časopise in revije, dobavitelje, ki dobavljajo izdelke namenjene eksterni prodaji, ter posebnih izdelkov (eko, gourmet, lokalni izdelki, izdelke naravne kozmetike), za dobavitelje svežih rib, ki jih tržimo v ribarnicah, izdelkov za dopolnitev ponudbe, izdelkov z omejeno serijo (limited edition), izdelkov, kjer je poseben interes programskega sektorja za popestritev sortimenta zaradi specifične narave izdelka, ter za dobavitelje, ki dobavljajo izdelke diskontnim prodajalnam Hura.

2. TRŽENJE PRODAJNEGA PROSTORA

A) TRŽENJE DODATNIH IZPOSTAVITEV

Aktivnost
Dodatne izpostavitve:
- stojalo običajnih dimenzij v prodajalnah in trafikah
- stojalo običajnih dimenzij v času sezone za sezonske izdelke market programa suhi (Valentinovo, Velika noč, Božič)
- testna postavitev stojala
- stojalo pred blagajno/hladilnikom
- makete, dispenzerji v prodajalnah in trafikah
- dispenzerji v prodajalnah na oddelku svežega mesa
- dispenzerji za pijače in neživilske izdelke
- paleta
- paleta v času sezone za sezonske izdelke market programa suhi (Valentinovo, Velika noč, Božič)
- zaključni bay
- hladilniki za izdelke market programa sveži (mlečni izdelki, mesni izdelki, sendviči in drugo) in zamrzovalniki
- polovične palete
- hladilniki za pijače (standardni, zaprti)
- hladilniki za pijače (veliki, odprti, nad 1 m širine)
- hladilniki za pijače impulzivni v prodajalnah in trafikah
- hladilniki (nevtralni) vgrajen v blagajno-dvostranski

Opomba: ne velja za blagovne skupine, kjer ni mogoče pozicioniranje na rednem prodajnem prostoru ter za tiste blagovne skupine, ki so nove in še nimajo določenega rednega prodajnega prostora.

B) TRŽENJE IZDELKOV NA BLAGAJNAH

1. POZICIONIRANJE ŽVEČILNIH GUMIJEV ZA LETO

Cena za postavitev žvečilnih gumijev na blagajni glede na nivo police

Tip blagajne/nivo police	Nad tekočim trakom/nasproti tekočega traku za velika pakiranja	Nasproti tekočega traka zgoraj	Nasproti tekočega traka spodaj	Otroški kotiček	Čelna zgoraj	Čelna spodaj
--------------------------	--	--------------------------------	--------------------------------	-----------------	--------------	--------------

2. POZICIONIRANJE ŽVEČILNIH GUMIJEV IN DRUGIH DROBNIH SLADKIH IZDELKOV NA BLAGAJNAH NA ODDELKU TRAFIK ZA LETO

	Za zvečilne gumije na stojalih različnih tipov	Za drobne sladke izdelke na stojalih različnih tipov
--	--	--

3. POZICIONIRANJE DRUGIH DROBNIH SLADKIH IZDELKOV ZA LETO

Cena za postavitvev drobnih sladkih izdelkov (razen žvečilnih gumijev) na blagajni glede na nivo police

Tip blagajne/nivo police	Nad tekočim trakom	Nasproti tekočega traka zgoraj	Nasproti tekočega traka spodaj	Otroški kotiček	Čelna zgoraj	Čelna spodaj
--------------------------	--------------------	--------------------------------	--------------------------------	-----------------	--------------	--------------

4. POZICIONIRANJE ENERGIJSKIH NAPITKOV – SHOTOV NA BLAGAJNAH ZA LETO

Tip blagajne/nivo police	Nasproti tekočega traku zgoraj
--------------------------	--------------------------------

5. NAMESTITEV STOJAL NA BLAGAJNI

- Stojalo ob tekočem traku – večje dimenzije (nad 45 cm)
- Stojalo ob tekočem traku – manjše dimenzije (do 45 cm)

6. NAMESTITEV DODATNE OPREME OB BOK ZAKLJUČKOV GONDOL, KI TRAJAJO DLJE ČASA (6 MESECEV)

- Stojalo višine 170 cm, širina 50 cm
- Stojalo višine 40 cm, širina 50 cm

7. POZICIONIRANJE IZDELKOV NA BLAGAJNIŠKIH ELEMENTIH ZA NEŽIVILSKO IZDELKE MARKET PROGRAMA

C) TRŽENJE ZA DOBAVITELJE TOBAKA, TOBAČNIH IZDELKOV IN PRIBORA ZA KAJENJE ZA KOLEDARSKO LETO

1. PROSTOR ZA CIGARETNEGA STOJALA Z NOTRANJIM IZVESKOM (velja za vsa cigaretna stojala)

2. POZICIONIRANJE (LICE) V CIGARETNIH STOJALIH

3. DELEŽ PROSTORA IN NAMESTITEV NOTRANJEGA IZVESKA V TOBAČNIH KOTIČKIH HIPERMARKETOV:

- 1 % prodajnega prostora namenjenega cigaretam
- namestitev notranjega izveska v sklopu tobačnih kotičkov

4. STOJALA (HUMIDORJE) ZA CIGARE V TOBAČNIH KOTIČKIH HIPERMARKETOV:

- veliki humidor/tobačni kotiček
- mali humidor/tobačni kotiček

5. AKCIJE POVEZANE S PRODAJO

Aktivnost
Tedenske akcije povezane s prodajo*

*Akcije se izvajajo v skladu z zakonskimi določili

6. POSTAVITEV PRIBORA ZA KAJENJE (VŽIGALNIKOV)

3. UVAJANJE NOVIH IZDELKOV

- uvrstitev novega izdelka v celotno maloprodajno mrežo
- uvrstitev novega izdelka v hipermarkete
- uvrstitev izdelka iz Hura v celotno mrežo
- uvrstitev izdelka iz hipermarketov v celotno maloprodajno mrežo
- uvrstitev izdelkov v specializirane trgovine

Opomba: Nadomestilo se ne plača za različne specialitete, izdelke gourmet, nišne izdelke, izdelke iz programa sadja in zelenjave, sveže meso, časopise, revije, sezonske izdelke, eko izdelke, izdelke posebne prehrane, izdelke z omejeno serijo (limited edition), in izdelke, kjer je poseben interes programskega sektorja za popestritev sortimenta zaradi specifične narave izdelka oziroma, ko gre za zamenjavo obstoječih izdelkov ter za izdelke, ki so v sortimentu diskontnih prodajaln Hura.

Sestavni del tega cenika so splošni pogoji oglaševanja na internih medijih v Mercatorju, ki so priloga št.1, vendar ti ne veljajo za točko C (nadomestilo za dobavitelje tobaka, tobačnih izdelkov in pribora za kajenje) iz cenika nadomestil prodajnega prostora.

Cenik nadomestil velja od 1.6.2010 dalje, s tem preneha veljati cenik oktober 2009, ki je veljal od 31.12.2009 dalje.

Pomočnik člana uprave
za področje UBS, logistike in interne proizvodnje
Jože Sadar l.r.

Priloga št. 1: Splošni pogoji oglaševanja na internih medijih v Mercatorju

1. VAROVALNI SENZORJI

- a) možno je oglaševanje po lokacijah (torej se lahko za oglaševanje izbere samo eno lokacijo ali več)
- b) zakup je omejen na 1 mesec (najdaljša doba oglaševanja je 1 mesec, možno je podaljšanje zakupa v primeru, da prostor ni rezerviran)
- c) pri oglaševanju na varovalnih ne omogočamo nikakršnih popustov ne za fizične ne za pravne osebe, niti ne omogočamo popusta na večje količine zakupa
- d) rezervacijo je potrebno opraviti vsaj 3 mesece pred pričetkom oglaševanja
- e) znotraj ene lokacije je možno oglaševanje samo dveh partnerjev naenkrat (temu primerno se strošek oglaševanja proporcionalno porazdeli)
- f) v primeru da se partner odloči za izdelavo materialov preko Mercatorja se to obračuna z 80 eur na kos
- g) v primeru namestitve se obračuna za namestitev v Mercator Centru 50 eur na lokacijo, za namestitev v Trgovskem Centru pa 30 eur na lokacijo
- h) partner lahko na eni lokaciji zakupi toliko varovalnih senzorjev kot sam želi
- i) v primeru, da se partner odloči za zakup krajši od 1 meseca se cena temu primerno proporcionalno zmanjša
- j) oglaševanje je mogoče samo na podlagi predhodne rezervacije in v primeru, da prostor še ni rezerviran

2. NAKUPOVALNI VOZIČKI

- a) oglaševanje ni možno po lokacijah, pri čemer je minimalno število zakupa 1000 vozičkov (torej se lahko za oglaševanje izbere več lokacij ki skupaj vključuje 1000 vozičkov in ne manj kot 50 na eni lokaciji)
- b) pri oglaševanju na nakupovalnih vozičkih ne omogočamo nikakršnih popustov ne za fizične ne za pravne osebe, niti ne omogočamo popusta na večje količine zakupa
- c) rezervacijo je potrebno opraviti vsaj 3 mesece pred pričetkom oglaševanja
- d) najkrajše možno obdobje oglaševanja je 1 mesec, termin se lahko podaljša v primeru, da prostor nima rezervacije
- e) najdaljše možno obdobje oglaševanja je 3 mesece
- f) oglaševanje je mogoče samo na podlagi predhodne rezervacije in v primeru, da prostor še ni rezerviran

3. INTERNA TELEVIZIJA

- a) možno je oglaševanje po lokacijah (torej se lahko za oglaševanje izbere samo eno lokacijo ali več)
- b) zakup je omejen na 1 mesec (najdaljša doba oglaševanja je 1 mesec, možno je podaljšanje zakupa v primeru, da prostor ni rezerviran)
- c) pri oglaševanju na interni TV ne omogočamo nikakršnih popustov ne za fizične ne za pravne osebe, niti ne omogočamo popusta na večje količine zakupa
- d) rezervacijo je potrebno opraviti vsaj 3 mesece pred pričetkom oglaševanja
- e) frekvenca predvajanja oglasov je odvisna od zasedenosti prostora pri čemer je cenik oblikovan na podlagi dolžine oglasa in ne na podlagi frekvence, ki je lahko večja ali manjša, cena pa se pri tem ne spreminja
- f) oglaševanje je mogoče samo na podlagi predhodne rezervacije in v primeru, da prostor še ni rezerviran

4. ZASLONI NAD TIK TAK BLAGAJNAMI

- a) možno je oglaševanje po lokacijah (torej se lahko za oglaševanje izbere samo eno lokacijo ali več)
- b) zakup je omejen na 1 mesec (najdaljša doba oglaševanja je 1 mesec, možno je podaljšanje zakupa v primeru, da prostor ni rezerviran)
- c) pri oglaševanju na zaslonih nad tik tak blagajnami ne omogočamo nikakršnih popustov ne za fizične ne za pravne osebe, niti ne omogočamo popusta na večje količine zakupa
- d) rezervacijo je potrebno opraviti vsaj 3 mesece pred pričetkom oglaševanja
- e) frekvenca predvajanja oglasov je odvisna od zasedenosti prostora pri čemer je cenik oblikovan na podlagi dolžine oglasa in ne na podlagi frekvence, ki je lahko večja ali manjša, cena pa se pri tem ne spreminja
- f) oglaševanje je mogoče samo na podlagi predhodne rezervacije in v primeru, da prostor še ni rezerviran

5. INFO KIOSKI

- a) možno je oglaševanje po lokacijah (torej se lahko za oglaševanje izbere samo eno lokacijo ali več)
 - b) zakup je omejen na 1 mesec (najdaljša doba oglaševanja je 1 mesec, možno je podaljšanje zakupa v primeru, da prostor ni rezerviran)
 - c) pri oglaševanju na info kioskih ne omogočamo nikakršnih popustov ne za fizične ne za pravne osebe, niti ne omogočamo popusta na večje količine zakupa
 - d) rezervacijo je potrebno opraviti vsaj 3 mesece pred pričetkom oglaševanja
 - e) frekvenca predvajanja oglasov je odvisna od zasedenosti prostora pri čemer je cenik oblikovan na podlagi dolžine oglasa in ne na podlagi frekvence, ki je lahko večja ali manjša, cena pa se pri tem ne spreminja
 - f) oglaševanje je mogoče samo na podlagi predhodne rezervacije in v primeru, da prostor še ni rezerviran
 - g) Oglaševanje na info kiosku je targetirano, kar pomeni da je namenjeno specifični komunikaciji oglasnih sporočil.
- Na omenjenem mediju se oglašuje predvsem: "
- Mercatorjeve projekte, ki se nanašajo na izdelke, ki so prisotni na dotičnem oddelku,
 - pospeševalno prodajno aktivnosti Mercatorja,
 - aktivnostim dobaviteljev, ki so strogo vezane na posamezen oddelek znotraj prodajnega prostora.
- "h) Info kioski niso namenjeni oglaševanju zunanjih partnerjev, ki imajo namen oglaševati aktivnosti, storitve in produkte, ki niso strogo vezani na prisotnost info kioska v določeni blagovni skupini. "

6. INTERNI RADIO

- a) možno je oglaševanje po lokacijah (torej se lahko za oglaševanje izbere samo eno lokacijo ali več)
- b) zakup je omejen na 1 mesec (najdaljša doba oglaševanja je 1 mesec, možno je podaljšanje zakupa v primeru, da prostor ni rezerviran)
- c) pri oglaševanju na internem radiu ne omogočamo nikakršnih popustov ne za fizične ne za pravne osebe, niti ne omogočamo popusta na večje količine zakupa
- d) rezervacijo je potrebno opraviti vsaj 3 mesece pred pričetkom oglaševanja
- e) frekvenca predvajanja oglasov je odvisna od zasedenosti prostora pri čemer je cenik oblikovan na podlagi dolžine oglasa in ne na podlagi frekvence, ki je lahko večja ali manjša, cena pa se pri tem ne spreminja
- f) oglaševanje je mogoče samo na podlagi predhodne rezervacije in v primeru, da prostor še ni rezerviran