



Českou hrou roku 2016 se stal třetí díl světově úspěšné adventury *Samorost* od studia Amanita Design. Nejlepší hrou pro mobilní platformy byl vyhlášen *Chameleon Run* týmu Hyperbolic Magnetism.

## Ochutnávka přestavby už v březnu

Dvojice velkých pražských obchodních center prochází změnami. Zatímco na Chodově zásadně roste prodejní plocha, centrum na Smíchově se připojilo k novému celoevropskému konceptu.

Expanze Centra Chodov, během které se rozroste téměř ze 61 tisíc metrů čtverečních na více než sto tisíc, vstupuje do poslední fáze. Komplettní dokončení projektu je naplánováno na podzim, avšak již koncem března se otevře rozšířená restaurační část. Ta nově nabídne i menu pro vegetariány nebo vegany. Už na jaře se zvětší parkovací plocha, jež bude čítat více než tisíc míst. Na podzim pak budou v provozu přes tři stovky obchodů.

Pražský Nový Smíchov, respektive jeho vlastník, společnost Klépierre, startuje kampaň Let's play, jež popisuje „nakupovací hru“ pomocí pravidel, která vzešla ze studie reakcí spotřebitelů v celé Evropě.

Prvním významným projektem se v Novém Smíchově stala výstava *Obří oceánů*. V obou patrech OC vzniklo 13 stavišť celkem s 22 exponáty – dokonalými kopii mořských živočichů.



## Kolonial mění koncepci, Rohlik přidal města

On-linemarket Kolonial.cz mění strategii a chce se stát jedničkou pro velké zásobovací nákupy. Konkurenční Rohlik.cz přidává k Praze a Brnu další města.

Změnou prošla korporátní identita Kolonialu i sám e-shop. Pod heslem „Jednoduše ve velkém“ se chce prezentovat jako nejvýhodnější místo pro pravidelné velké nákupy domácností i firem. On-line supermarket představil také nový věrnostní program, který zákazníkovi vrátí dvě procenta z hodnoty nákupu v rámci

kreditů pro další objednávku. V březnu přibude dynamické naceňování, které u vybraných výrobků sníží cenu za kus s narůstajícím množstvím.

Rohlik.cz nově rozváží také lidem z Plzně, Liberce, Ústí nad Labem, Hradce Králové a Pardubic. Zákazníci z nově přidávaných lokalit prý mohou počítat s doručením již od čtyř hodin po objednání, a to přesto, že je Rohlik bude obsluhovat z pražského skladu prostřednictvím vlastních aut a kurýrů.



## „Sorry jako“ i v kampani

Poskytovatel EET pokladen Dotykačka se veze na Babišově heslu „Sorry jako“ a tuto hojně parodovanou hlášku využívá v nové kampani. Pod heslem #sorryjako konkurenci sděluje, že sráží ceny pokladen o 41 procent.

„Třicetisekundové reklamní spoty poběží napříč rozhlasovou sítí Radio United a na několika stanicích TV Nova. Plánujeme výrazně zapojit také naše sociální síť. Heslem ‚Sorry jako‘ se naoko omlouváme konkurentům, které naše sleva nejspíš nepotěší,“ popisuje aktuální kampaň marketingový ředitel Dotykačky Rudolf Sehnal.

## Makro má nové vedení

Velkoobchody Makro ČR a Metro SR, prezentující se jako jedna obchodní jednotka, změnily strukturu správní rady a vytvořily nové pozice. Důvodem je firemní strategie, kdy se velkoobchod soustředí více na omnichannel fungování.

Představenstvo se rozšířilo z pěti na šest členů. Nově vznikly funkce ředitel distribuce, ředitel Cash & Carry a generální ředitel Metro SR. Dřívější pozice ve správní radě – „ředitel nákupu“ a „operační ředitel“ – se přesunuly pod nově zavedené posty ředitele distribuce a ředitele Cash & Carry. V čele představenstva je nicméně nadále Guillaume Chêne, výkonný ředitel Makro ČR a Metro SR. **Jan Žák**, dosavadní ředitel nákupu (na snímku), se stal historicky prvním generálním ředitelem Metro SR.

