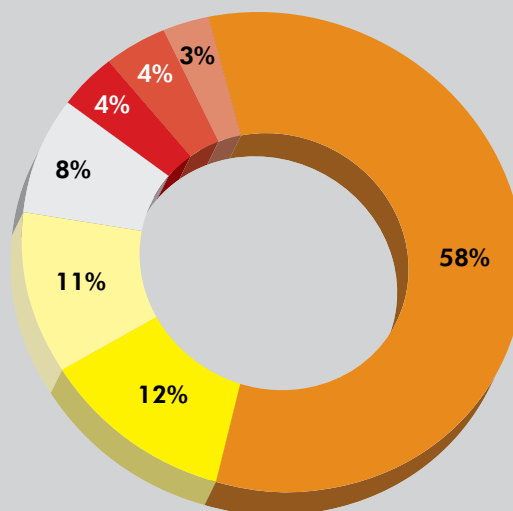




Jedyny tego typu w Polsce coroczny kompleksowy przegląd aktualnej sytuacji polskiego rynku handlu detalicznego, uwzględniający: sieci handlowe (food i non-food), centra i galerie, rynek FMCG oraz produkty, usługi i technologie dla branży. Oddzielna część Raportu zostanie poświęcona przedstawieniu obrazu dzisiejszego, polskiego konsumenta. Uznane i cenione kompendium wiedzy oraz narzędzie pracy dla wszystkich uczestników rynku handlowego w Polsce. Całość zawartości Raportu HANDEL 2018 powstaje we współpracy z najbardziej uznanymi analitykami i firmami badającymi rynek handlu detalicznego w Polsce i charakteryzuje się wysokim poziomem merytorycznym oraz bogactwem najbardziej aktualnych danych i analiz.



STRUKTURA ODBIORCÓW

Przedstawiciele zarządów, dyrektorzy rozwoju i menedżerowie w sieciach food i non food	58%
Inwestorzy i właściciele	12%
Zarządcy centrów handlowych	11%
Dostawcy produktów, urządzeń, wyposażenia i technologii dla handlu.	8%
Biura architektoniczno-projektowe.	4%
Przedstawiciele instytucji finansowych i profesjonalni analitycy rynku	4%
Inni	3%

CZĘŚĆ I

SIECI HANDLOWE



Aktualna sytuacja sektora handlu detalicznego w Polsce. Nowe formaty handlowe. Konsolidacja, fuzje, przejęcia. Nowe trendy i zjawiska rynkowe. Mapa 50 największych sieci handlowych. Komentarze prezesów i analityków rynkowych.

CZĘŚĆ II

CENTRA HANDLOWE

Scenariusze dalszego rozwoju rynku centrów handlowych w Polsce. Procesy ekspansji w małych i średnich miejscowościach. Nowe marki najemców. Mapa centrów handlowych. Największe otwarcia w roku 2017 oraz planowane inwestycje. Sposoby pozyskiwania kapitału. Wypowiedzi zarządców i najemców.



CZĘŚĆ III

KLIENT

Zwyczaje zakupowe polskiego konsumenta. Zakupy w różnych formatach sklepów. Poziom lojalności klientów. Mapa potencjału nabywczego wybranych typów nabywców. Preferencje i oczekiwania dzisiejszego konsumenta. Liczne komentarze przedstawicieli firm badawczych. Wykorzystanie nowych kanałów komunikacji, serwisy społecznościowe, buzz marketing, casual marketing.



CZĘŚĆ IV

RYNEK FMCG

Udziały rynkowe producentów w ujęciu wartościowym i ilościowym. Główne kategorie FMCG i ich udział w obrotach i zyskach sieci handlowych. Aktualne trendy konsumenckie i nowoczesny marketing produktów.



CZĘŚĆ V

WYPOSAŻENIE, TECHNOLOGIE I USŁUGI DLA HANDLU



Trendy w aranżacji i wyposażeniu wnętrz sklepowych. Systemy fiskalne i wagi. Systemy IT poprawiające efektywność działania sieci handlowych. Innowacyjne rozwiązania POS i Digital Signage w miejscu sprzedaży. Nowoczesne programy lojalnościowe. Nowości rynkowe. Logistyka i magazyn. Baza danych kluczowych dostawców.






RAPORT HANDEL2018

SIECI DETALICZNE I CENTRA HANDLOWE W POLSCE


Format	Szer. x Wys.	Cena
 Cała strona	228 x 297 mm	4.490,00 zł
 IV okładka	228 x 297 mm	5.990,00 zł
 III okładka	228 x 297 mm	5.290,00 zł
 II okładka	228 x 297 mm	5.490,00 zł


 1/2 strony pion	113 x 297 mm	2.990,00 zł
 1/2 strony poziom	228 x 148 mm	2.990,00 zł

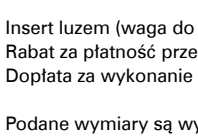
 1/4 strony pion	113 x 148 mm	1.990,00 zł
 1/4 strony poziom	228 x 72 mm	1.990,00 zł

 junior page	162 x 215 mm	3.490,00 zł
---	--------------	-------------



Format	Szer. x Wys.	Cena
 Baner I okładka	203 x 40 mm	2.990,00 zł

 Baner spis treści	203 x 40 mm	1.690,00 zł
--	-------------	-------------

 Rozkładówka	456 x 297 mm	6.790,00 zł
--	--------------	-------------

Insert luzem (waga do 25 gram, format max. 210 x 297 mm)	3.390,00 zł
Rabat za płatność przed emisją	3%
Dopłata za wykonanie projektu reklamy	10%

Podane wymiary są wymiarami netto.

Raport Roczny HANDEL 2018 – sieci i centra handlowe w Polsce

Jedyny tego typu w Polsce coroczny kompleksowy przegląd aktualnej sytuacji polskiego rynku handlu detalicznego, uwzględniający: sieci handlowe (food i non-food), centra i galerie, rynek FMCG oraz produkty, usługi i technologie dla branży. Oddzielna część Raportu zostanie poświęcona przedstawieniu obrazu dzisiejszego, polskiego konsumenta. Uznane i cenione kompendium wiedzy oraz narzędzie pracy dla wszystkich uczestników rynku handlowego w Polsce.

Raport będzie zawierał

- szczegółową analizę aktualnej sytuacji na rynku handlu detalicznego w Polsce
- scenariusze zmian na rynku centrów handlowych
- kompleksowy obraz dzisiejszego polskiego konsumenta
- analizę najważniejszych kategorii FMCG
- aktualny wykaz sieci handlowych z uwzględnieniem liczby sklepów i planów rozwojowych
- komentarze przedstawicieli sieci handlowych oraz firm zarządzających centrami handlowymi w Polsce
- wypowiedzi profesjonalnych analityków

Raport trafi bezpośrednio do

- przedstawicieli zarządów i menedżerów najwyższego szczebla we wszystkich sieciach handlowych działających w Polsce
- osób odpowiedzialnych za inwestycje i rozwój w sieciach handlowych
- właścicieli i zarządców centrów handlowych w Polsce
- biur architektoniczno-projektowych
- dostawców produktów, technologii, urządzeń i usług dla sektora retail
- producentów i dystrybutorów FMCG
- profesjonalnych analityków rynkowych

Informacje techniczne

Format PC, spad 5mm, wszystkie ważne elementy (loga, tekst) odsunięte o 10 mm do wewnątrz od krawędzi cięcia (znaczniki cięcia odsunięte na 6 mm), formaty zamknięte: TIF, JPG, PDF, EPS (fonty zamienione na krzywe), rozdzielczość 300 dpi, CMYK, nie przyjmujemy plików CDR.

Warunki publikacji reklam

1. Reklama jest przyjmowana do publikacji na podstawie przesłanego zlecenia złożonego na formularzu dostarczonym przez Wydawcę za pośrednictwem faksu, poczty e-mail bądź poczty tradycyjnej.
2. Zamawiający jest zobowiązany dostarczyć Wydawcy gotowy materiał reklamowy w terminie wskazanym na zleceniu.
3. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za treść zamieszczonych reklam.
4. Zamawiający oświadcza, że posiada pełnię praw autorskich, właściwe licencje do dostarczonych materiałów i przyjmuje wszelką odpowiedzialność za opublikowanie ich w zamówionej postaci.
5. Zamawiający ponosi pełną odpowiedzialność za treść reklamy względem osób trzecich, a także pokrywa koszty związane z zaspokojeniem roszczeń osób, których prawa w skutek treści lub wydrukowania lub innego wykorzystania reklamy zostały naruszone.
6. Wydawca zastrzega sobie prawo odmowy publikacji reklamy bez podania przyczyny.
7. Zamawiający może zrezygnować z publikacji reklamy nie później niż na 14 dni przed wyznaczonym terminem dostarczenia materiałów.
8. Data emisji reklamy może ulec przesunięciu.
9. Ceny określone w cenniku są kwotami netto, do których należy doliczyć 23% podatku VAT.
10. Płatność za umieszczenie reklamy regulowana będzie na podstawie faktury VAT w terminie 14 dni od daty jej wystawienia.
11. Zamawiający ma prawo do 3% upustu z tytułu płatności przed emisją, płatność następuje wówczas na podstawie faktury pro forma.
12. Do nośnika należy dołączyć próbny wydruk reklamy oraz dostarczyć próby kolorów MATCHPRINT lub CROMALIN.

Nakład: 6000 egz. wersja drukowana, 20000 egz. wersja elektroniczna