



SPAR Magyarország Kereskedelmi Kft.

Bicske, 2019. június 18.

Sajtóközlemény

Újabb szakmai elismerések a SPAR-nak

A SPAR Magyarország a tavalyi hűségakcióiért, kampányaiért, fejlesztéseiért idén több fontos kereskedelmi, reklám- és marketingszakmai elismerésben részesült. Első helyezett lett többek között a cég SPAR enjoy. termékcsaládot népszerűsítő gerillamarketing akciója, díjat kapott az Ország Szíve kampány és az ÉT&REND című receptkönyv is, valamint példaértékűnek tartották a SPAR és a Magyar Máltai Szeretetszolgálat Adni Öröm! elnevezésű karácsonyi adománygyűjtő kezdeményezését.

Az idén tizenegyszer elnyert **Superbrands-díj** mellett a SPAR számos újabb elismeréssel gyarapította szakmai és közönségdíjai számát. **Év kereskedője díjat** kapott a Disney-től a közös hűségakcióért és a nyereményjátékokért: a mesebirodalom ikonikus figuráival színesített kampányok a gyermekek és felnőtt családok körében nagy népszerűségnek örvendtek. Emellett „**Az Év boltja**” versenyen négy kategóriában is elismerő oklevéllel jutalmazták a Batthyány-téri SPAR üzletet külseje, kínálata miatt. A népszerű áruház tavaly újult meg teljeskörűen, amelyet a vásárlók is közönségdíj-győztesnek szavaztak meg egy online felmérés keretében. Emellett ugyanezen a versenyen első helyezést ért el a tárnoki Lukoil töltőállomáson létesült DESPAR egység is – benzinkúti shop kategóriában.

A SPAR Magyarország mindent megtesz, hogy minél szélesebb körben ismertesse meg az osztrák családi tulajdonban lévő vállalatot, mint olyan munkahelyet, amelyre hosszú távon lehet számítani. Idén hatodik alkalommal adták át a **Randstad Employer Brand Research 2019 díjait**. A felmérés eredményei alapján a legismertebb munkaadónak járó címet a SPAR vehette át.

Újra elismerték az Adni Öröm! kampányt is: a Magyar Máltai Szeretetszolgálattal közös élelmiszeradomány-gyűjtő akció két elismerést gyűjtött be a közelmúltban. A **Hipnózis 2019** reklámszakmai szemlén bronzdíjjal tüntették ki a kezdeményezés 2018-as kommunikációját. Az adománygyűjtés társadalmi üzenetének tolmácsolását ismerték el a Magyar Reklámszövetség 2019-es **Arany Penge-díj**átadóján is, ahol a SPAR egyedi CSR-kampánya Bronz Penge-díjat kapott a PR/CSR kategóriában.

A SPAR nyolc másik tavalyi kampányát is kiemelten nagyra értékelte a szakmai zsűri **Az Év promóciója versenyen** az online-digitális, illetve a kereskedelmi kategóriákban. Első helyezést ért a SPAR enjoy. „emberi traffipax” kampánya, második díjat kapott az Ország Szíve kampány

és a Disney Cooking hűségakció, valamint harmadik lett „A SPAR-ral finomabbak a reggelek” promóció, továbbá különdíjat érdemelt ki a SPAR ÉT&REND receptkönyv. Az Év promóciója reklámversenyen mindemellett az online-digitális kategóriában 1. helyezéssel díjazták az áruházlánc egyedülálló gyermeknapi meglepetéskezdeményezését, melynek során a gyerekek Ördög Nóri, a SPAR háziasszonya segítségével azt hozhatták el a záróra utáni pesterzsébeti áruházból, ami a szívüknek a legkedvesebb. A neves szakmai megmérettetésen bronzelismerést kapott a vállalat speciális húsvéti akciója, a Dévényi Tibi bácsival készült retró játék, a Sonkatorpedó is, illetve oklevéllel honorálták a SPAR Kutya-macska szépségverseny-felhívását, amelyen a házi kedvencekre lehetett szavazni.

A rendhagyó „traffipax kampány” a SPAR saját márkás szendvicscsaládját népszerűsítette: egy gerillamarketing akció keretében mérték a reggeli órákban a budapesti Széll Kálmán téren a járókelők sebességét. A sietősen haladókat ajándékkal, egy finom SPAR enjoy. szendviccselepték meg a szervezők. Az akciónak egy fontos társadalmi felelősségvállalási része is volt: minden eladott szendvics árából 10 forinttal segítette a Mosoly Alapítványt a vállalat.

Az Ország Szíve kampány arra ösztönözte a vásárlókat, hogy elinduljanak felfedezni Magyarország páratlan nevezetességeit. A kezdeményezésben a SPAR kiválasztott az ország számos látnivalója közül tizenhatot, ahonnan a látogatók egy selfie feltöltésével jelentkezhetnek be. A cég a kampány elején azt a vállalást tette, ha legalább ezer kép beérkezik a kampány végéig, akkor 1.000.000 forintot adományoz a Magyar Máltai Szeretetszolgálatnak. Már a kampány első hetében összegyűlt az adományhoz szükséges képmennyiség, végül pedig a résztvevők lelkesedésének köszönhetően az összesen több mint 3.500 feltöltött kép segítségével augusztus 20-án „megdobbant” az Ország Szíve is.

A „SPAR-ral finomabbak a reggelek” kilenc hónapja során az RTL Klub Reggeli című műsora „Kifőzde” rovatában 199 adáson keresztül minden nap más és más híresség készített harapnivalót az áruházlánc biztosította alapanyagokból. A cég saját márkás árukínálata, és a Regnum Húsüzem termékválasztéka mellett a tévéközönség jobban megismerhette a SPAR Életmód Programját is. Az adásokat követően a konyhai kisfilmek a leglátogatottabb gasztroportálokon és a közösségi médiafelületeken is megjelentek.

A SPAR Életmód Program örömteli újdonságát jelentette a tavaly szeptemberben megjelent ÉT&REND életmód- és receptkönyv. A minden étkezést magába foglaló receptgyűjteményt Turcsák Katalin táplálkozástudományi szakember terméktippjei és tápérték-kalkulációi, valamint Tóth „Bio” Gábor élelmiszerszakértő értékes információi egészítették ki. A táplálkozási tippekhez profi testedzők, Bakonyi Panni és Bene Marci által kidolgozott tornázási tanácsok társulnak.

„Vállalatunk a piacra lépése óta következetes márkáépítési stratégia mentén végzi tevékenységét. Az elnyert díjaink és nemzetközi tanúsítványaink igazolják, hogy a SPAR, mint márka legfontosabb értéke a minőség és a megbízhatóság, ami egybecseng vásárlóink elvárásaival is. Minden szakmai elismerés fontos visszajelzés számunkra, hogy jó úton járunk

a vásárlók megszólításában és minőségi kiszolgálásában” – mondta Maczelka Márk kommunikációs vezető.

További felvilágosítás:

Maczelka Márk, kommunikációs vezető

SPAR Magyarország Kereskedelmi Kft. · 2060, Bicske, SPAR út

Mobil: +36 20 823 7891 · E-mail: maczelka.mark@spar.hu