



Dagrofa afslutter stort bureau-pitch

Dagrofa har i et samlet pitch valgt BPN som nyt tværgående mediebureau for alle sine dagligvarekæder. Samtidig er bureauerne til det nye fødevaremarked, MENY, også på plads.

Et af de store mediebudgetter i dansk dagligvarehandel har fundet nye samarbejdspartnere. Med afslutningen på et stort, samlet bureau-pitch lægger Dagrofa nu for første gang medieindkøb for kæderne SuperBest, EUROSPAR, SPAR, Min Købmand, Let-Køb og KIWI ét sted, nemlig hos BPN.

"For første gang er vi gået ud til mediebureauerne med et samlet pitch for alle vores kæder. Det har vi gjort, fordi vi ønsker en mere koncentreret tilgang til vores mediepartner, og ikke mindst fordi vi gerne vil passe på købmændenes penge med en bedre, samlet aftale", siger Christian Higræff, marketing- og onlinedirektør i Købmandshuset.

Med valget af BPN, som er ejet af IPG Mediabrands, får Dagrofas kæder ifølge Christian Higræff et mediebureau for alle kæderne med solid kompetence inden for detail.

"BPN giver os en stærk, 360 graders tilgang til mediemarkedet. Vi får fremover ét afsæt for alle vores forskellige kæder, som spænder over 700 butikker i Danmark. I BPN får vi en samarbejdspartner, der har god spændvidde med alt fra solidt medieindkøb, digital udvikling og tung datadreven analyse til taktisk velfunderet medierådgivning, eksekvering og håndtering omkring vores tilbudsaviser", siger han.

Ud over at stå for mediaindkøb og -rådgivning for Dagrofas nuværende kæder får BPN også til opgave at understøtte lancering af fødevaremarkedet MENY. MENY åbner i løbet af året nye butikker overalt i landet og bygger oven på SuperBest og EUROSPAR, som fusioneres ind i den nye kæde.

"MENY bliver naturligvis en særlig vigtig opgave for BPN. De skal være med til at sikre, at vores nye brand og fødevaremarked kommer massivt og effektivt ud til forbrugerne på alle relevante medieflader", siger Christian Higræff.

Herudover er iRetail valgt som sparringspartner på den taktiske kommunikation. iRetail er et helt nyt retail-bureau, der arbejder i spændingsfeltet mellem content og kanaler drevet af forbrugerindsigt.

Flere MENY-bureauer valgt

I forlængelse af storforsøget med BPN har Dagrofa også valgt partnere på design, reklame og kommunikation, tilbudsavis og taktisk annoncering for MENY.

Her er Household, som senest har bistået MENY i Norge med en visuel opgradering af butikkerne, valgt som designbureau.

Som strategisk partner og kreativt bureau for MENY på reklame og kommunikation er aftalen med Wibroe, Duckert & Partners (WDP) og datterselskabet RetailPeople blevet forlænget. Dermed fortsætter WDP som konceptansvarligt bureau for det nye fødevare-marked ind i næste fase.

"Vi har været gennem en omfattende proces og ser nu fremad sammen med vores nye og gamle samarbejdspartnere. Det er krævende, men også meget berigende med sådan en bureaukonstellation", siger Christian Higræff.

For yderligere information kontakt:

Kommunikationsdirektør, Markela Dedopoulos på tel. 4199 3202

Fakta:

Dagrofa koncernen omsætter for godt 19 milliarder om året og beskæftiger ca. 7.000 ansatte i Danmark og Grønland. Koncernen består i dag af profilhusene KIWI og Købmandshuset samt Foodservice Danmark, SuperGros og Pisiffik.