

DISCOUNTS CONTINUAM A CRESCER

As lojas Discount (Lidl, Minipreço, Plus e Aldi) aumentaram, em 2007, a sua quota em valor em dois pontos percentuais, representando 18% – ou seja, mais 3% do que no primeiro trimestre de 2006 – dos gastos em compras de supermercado em Portugal Continental. São estes, de resto, os resultados do Painel de Consumidores Homescan da Nielsen.

Para a evolução positiva das lojas Discount contribuíram significativamente as cadeias Minipreço e Lidl que, no seu conjunto, conquistaram, no período em questão, 1,9 pontos percentuais de quota. Em Portugal, 75% dos lares fazem compras no Lidl, uma percentagem igual à registada na Alemanha, país onde a cadeia regista maior sucesso.

Isto, num cenário em que os gastos em valor por lar decresceram 4% em Portugal Continental e em que os hipermercados apenas mantêm a sua importância no que toca ao local para efectuar compras, com 23%.

O crescimento dos discounts é explicado pelo elevado ritmo de abertura de lojas – uma média de 6,6, por mês, no último ano e meio –, pela sua dispersão geográfica e proximidade ao consumidor final. Consumidor este que procura cada vez mais o benefício dos preços baixos, potenciados pelo crescimento de marcas próprias, a rondar os 28%. Não se estranha por isso que um em cada três produtos comprados, no primeiro semestre de 2007, fossem de marca própria dos discounts.

+CINEMA LANÇA MAKING OF



O Making Of é o novo produto publicitário da +Cinema, um conceito que parte do crescente in-

teresse do público pelos mistérios que povoam os bastidores das filmagens publicitárias. Com o intuito de revelar estes momentos, o Making Of consiste num pacote publicitário que inclui a exibição do making of (2') e do respectivo anúncio (30''), não só em salas de cinema, como também num site criado para o efeito (www.maismakingof.com). Num misto de comunicação off e online os anúncios são exibidos durante quatro semanas, em 65 salas em rotação a nível nacional e na internet, durante 12 semanas.

INOVAÇÃO PORTUGUESA NOS HORÁRIOS ESCOLARES

O Bullet Timetabler Education University é um produto pioneiro de geração de horários escolares, totalmente automático. Criado pela Bullet Solutions, empresa portuguesa especializada na prestação de serviços de consultoria e desenvolvimento de soluções informáticas de optimização.

A ferramenta procura conciliar e otimizar vários objectivos de acordo com os interesses da instituição, professores, alunos e recursos físicos. Segundo Hélder Cruz, director de marketing, «neste momento, a empresa está a ter bastante sucesso no mercado onde opera principalmente no Ensino Superior, estando a internacionalização prevista para 2009».



Em breve a empresa irá lançar no mercado um produto novo dirigido à Saúde (Bullet Timetabler Medical – gerador de escalas médicas). Este produto pretende ser uma mais-valia para este sector, visto que procura melhorar consideravelmente a optimização de processos neste sector.

BULLET SOLUTIONS