

KATALOG EXPONÁTŮ



SOUTEŽ O NEJLEPŠÍ PROSTŘEDKY A SYSTÉMY KOMUNIKACE V MÍSTĚ PRODEJE

POP AI AWARDS 2019

21. 11. 2019 / Konferenční centrum TOP Hotel Praha, Blažimská 1781/4, 149 00 Praha 4 - Chodov

atta creative s. r. o.	36 • 108
Authentica, s.r.o.	5 • 6 • 17 • 35 • 41 • 48 • 49 • 53 • 60 • 88 • 89 • 94 • 108
DAGO, s.r.o.	3 • 7 • 8 • 20 • 21 • 22 • 32 • 43 • 50 • 54 • 58 • 63 • 71 • 72 • 81 • 95 • 99 • 108
DEKOR, spol. s r.o.	33 • 47 • 70 • 109
Horma – P.O.P. Displays	51 • 109
Cheil Czech	64 • 65 • 66 • 76 • 83 • 101 • 106 • 110
Logik, s.r.o.	46 • 110
Mayer/McCann-Erickson s.r.o.	103 • 110
MORIS design s.r.o.	27 • 44 • 55 • 57 • 59 • 77 • 96 • 111
Plzeňský Prazdroj, a.s.	10 • 24 • 25 • 29 • 42 • 75 • 84 • 100 • 107 • 111
Plzeňský Prazdroj Slovensko, a.s.	11 • 28 • 30 • 78 • 102 • 112
POS Media Czech Republic, s.r.o.	9 • 104 • 112
POS Media Ukraine	18 • 19 • 37 • 38 • 39 • 113
ppm factum	4 • 113
REDA a.s.	90 • 114
RETAIL OF THE FUTURE, s.r.o.	13 • 52 • 67 • 80 • 91 • 115
ROSS s.r.o.	1 • 40 • 74 • 82 • 115
SÁRA, s.r.o.	26 • 56 • 115
SPEED PRESS Plus a.s.	92 • 93 • 116
Sprint Trading s.r.o.	12 • 14 • 15 • 16 • 34 • 86 • 87 • 117
Šafy production s.r.o.	23 • 118
THIMM pack'n'display	85 • 97 • 98 • 118
TPR s.r.o.	105 • 119
UNIBON s.r.o.	2 • 31 • 45 • 68 • 79 • 119
up brand activation, s.r.o.	103 • 120
Wanzl spol. s r.o.	73 • 120
WELLEN RETAIL EXPERIENCE	61 • 62 • 69 • 120



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
AUTOMOBILY



POPAI
AWARDS



AUDI E-TRON

- Zadavatel:** Porsche Slovakia s. r. o.
Příhlašovatel: ROSS s.r.o.
Autor: ROSS s.r.o.
Materiály: drevotrieska, masív (dub), prírodný mach, opál
Použití: Prezentácia elektromobilu

Charakteristika: Audi E-tron je platforma pre predstavenie elektromobilu z radov Audi. Prezentuje automobil v nákupných centrách, u predajcov Audi a na rôznych akciách. Pódium prezentujúce nový elektromobil Audi Etron Quattro sme v Rosse kompletne navrhli aj vyrobili. Kombinácia dreva spolu so špeciálne upraveným machom vytvára trendovú a pútavú stenu, ktorá jasne podporuje myšlienku ekologickejšej prepravy. Medzi ďalšie zákazníkove požiadavky patrila aj jednoduchá manipulácia a montáž. Celé pódium sa dá rozložiť a previesť na miesto prezentácie v menšej dodávke. Okrem samotnej obhliadky auta si môže zákazník vyskúšať napríklad nabíjanie elektromobilu cez nabíjačku, či spoznať produkt vďaka okuliarom pre virtuálnu realitu, či LCD displeja, ktoré sú súčasťou výstavy. Jedinečné prevedenie a nadčasový dizajnu pódia E-tron je významnou súčasťou prezentácie elektromobilov Audi.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
AUTOMOBILY



POPAI
AWARDS



SHOP IN SHOP BMW MOTORRAD

- Zadavatel:** Pop Up My Brand
Příhlašovatel: UNIBON s.r.o.
Autor: Pop Up My Brand
Materiály: Lakovaný kov, překližka, magnetická grafika, podsvícená grafika, LED osvětlení
Použití: Shop in shop v prodejních sportovních potřeb
Charakteristika: Dedikovaný prostor v rámci prodejny sportovních potřeb pro prezentaci a prodej konkrétní značky

KATEGORIE

B

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
POTRAVINYPOPAI
AWARDS

JEDNOPALETÍ ORBIT CARS

- Zadavatel:** Mars Czech s.r.o.
Přihlašovatel: DAGO s.r.o.
Autor: Dago Team
Materiály: karton, trojdiody, motory, baterie
Použití: hypermarkety

Charakteristika: Unikátní kartonové vystavení pro tradiční značku žvýkaček Orbit je orientováno na soutěž o nový automobil. Je o velikosti jednopaletí a disponuje hned několika překvapivými prvky. Všechny pohledy na první dobrou přitáhne 3D maketa auta, která opravdu nemá do skutečnosti daleko. Toho bylo docíleno blikajícími světly a točícími se koly vozidla v typických barvách loga. I když je vystavení jednostranné, je velmi poutavé a nabízí veškeré prvky, které má POP prostředek dle metody CIS mít, aby v místě prodeje zapůsobilo na zákazníka a zafungovalo v konkurenčním boji. Tomu také odpovídá dlouhá doba příprav a ladění grafiky ještě před vlastním zahájením výroby.

3

KATEGORIE

B

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
POTRAVINYPOPAI
AWARDS

4

FIDORKA MALINOVÁ

- Zadavatel:** Mondelez Czech Republic s.r.o.
Přihlašovatel: ppm factum a.s.
Autor: ppm factum
Materiály: Karton, kov
Použití: Promotion Fidorka Malinová.
Charakteristika: Jednoduchý, nicméně nápaditý promo stánek, který byl použit při kampani na novou Fidorku Malinovou a jeho úkolem bylo navodit pocit, že zákazník od hostesky dostane malinovou limonádu v rámci kampaně "Vykutálená rošťárna".

KATEGORIE

B

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
POTRAVINYPOPAI
AWARDS

ENDCAP KAŠTANY

- Zadavatel:** Nestlé Česko, s.r.o.
Příhlašovatel: Authentica, s.r.o.
Autor: Authentica, s.r.o.
Materiály: Karton, plast, LED osvětlení
Použití: Interiérové, řetězce Tesco CZ
Charakteristika: Prodejní druhotné umístění / Integrované in-store řešení
 Ledové Kaštiny – relaunch obalů.

Ledové Kaštiny, všechny 4 oblíbené varianty, dostaly nové prémiové atraktivnější obaly – metalické folie s parciálním lakem a zvýrazněnými prvky – čokoládový podklad, kousek Kaštanu, logo ORION. Zvětšený a vylepšený food shot probouzí větší chuť na tyčinku a podporuje „čokoládovost“. Všechny varianty mají společný sjednocující čokoládový podklad, colour coding je nastaven dle typů čokolád – tmavé syté pro hořké Kaštiny, modrá pro mléčnou atd.

Relaunch Kaštanů dostal silnou mediální podporu – TV, OOH kampaň, digitální podpora s heslem ZASTAVTE SE A VYCHUTNÁVEJTE. Kaštiny, chuť zpomalit čas. V in store jsme podpořili kampaň kartonovými endcapy, které svým provedením navazují na koncept „zastavte čas“ ztvárněním tyčinek Kaštanů jako hodinových ručiček. V designu endcapu jsme se soustředili na propojení chutnosti se sytými barvami charakteristickými pro tyto jedinečné tyčinky. Zároveň jsme dali spotřebitelům příležitost k nákupu přímo z vystavení. Věříme, že tento typ vystavení spotřebitele zaujme v místě prodeje na první pohled.

5

KATEGORIE

B

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
POTRAVINYPOPAI
AWARDS

ENDCAP STUDENTSKÁ PEČEŤ

- Zadavatel:** Nestlé Česko, s.r.o.
Příhlašovatel: Authentica, s.r.o.
Autor: Authentica, s.r.o.
Materiály: Karton, plast, kov, LED osvětlení
Použití: Interiérové, řetězce Tesco CZ
Charakteristika: Prodejní druhotné umístění / Integrované in-store řešení
 PODLE VLASTNÍCH PRAVIDEL... STUDENTSKÁ PEČEŤ cestuje s RegioJetem.

Tentokrát jsme se při vývoji nových příchutí značky Studentská pečť inspirovali chutěmi dalekých zemí a měst. Podle vlastních pravidel jsme vytvořili další limitovanou Zlatou edici. 100% kakaové maslo a kvalitní ingredience doplňují chutě typické pro různé světadíly. Například marcipán, pomerančová kůra a žele s chutí tyamiánu charakterizují Evropu. Karotka, dýňová semínka a žele s chutí limetky představují Ameriku. Zázvor a žele s chutí grapefruitu voní Dálným východem, Asii.

„Motto soutěže“: Tak to rozbal s naší novou čokoládou STUDENTSKÁ PEČEŤ a cestuj po světě, kam Tě tvoje oblíbená chuť zavede podle vlastních pravidel. O co se hrálo a kolik bylo výher?

„Určitě máš v hlavě dokonalý plán, kam by Tvoje cesta za 100 000,- Kč měla vést.“ - 1x

„Je na tobě, kam a s kým poletíš za poukaz na letenky v hodnotě 5 000,- Kč.“ - 84x

„Kreditovou jízdenku v hodnotě 400,- Kč využiješ na výlety po Evropě i po ČR.“ - 3 780x

Při tvorbě návrhu pro endcap Studentská pečť cestuje s RegioJetem vsadili designéři dle obalu jedné z příchutí na typickou pařížskou dominantu, kterou je Eiffelova věž a která se perfektně hodila do 3D vystavení.

Na endcapu je komunikována celonárodní soutěž, podpořena i podlahovou samolepkou a nasvícením celého druhotného umístění. Kartonový endcap je pak výsledkem spojení perfektní kreativy, francouzské památky, cestování a chytrého konstrukčního řešení.

6

KATEGORIE

B

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
POTRAVINYPOP AI
AWARDS

ENDCAP „COKE AND MEAL“

Zadavatel: Coca-Cola HBC Česko a Slovensko, s.r.o.

Příhlašovatel: DAGO s.r.o.

Autor: Dago Team

Materiály: dřevo, bílá patina, plátno, svícení, lednice, reálné nádoby

Použití: hypermarkety

Charakteristika: Endcap ozvláštněný bílou patinou je zaměřený na požitek z nápoje Coca-Cola s každým Vaším jídlem. Je známo, že dobré jídlo si nejlépe vychutnáte ve společnosti přátel, kolegů nebo svých milovaných. Stejně příjemné je i spojení Coca-Coly a jídla. Tento moment je promítnutý do hlavního hesla „spolu chutná nejlépe“, které je na endcapu vyobrazeno na smaltované ceduli jako hlavní call to action. Největší komunikační plochou celého vystavení je světelný rám s potišťným bannerem, jehož grafika opět odkazuje na šťastné a zábavné momenty, zažité při spojení jídla a Coca-Coly. Kromě vestavěné lednice, která přijde vhod zejména zákazníkům, prahnoucích po okamžité spotřebě a osvěžení, je endcap zajímavý také vrchními nakloněnými policemi, které nakupujícím produkty nabízejí samy. A konečně, použité reálné nádoby působí rurálním a tradičním dojmem a prohlubuje v zákazníkovi pocit, že Coca-Cola je přesně to pravé ke každému jídlu.

7

KATEGORIE

C

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
NEALKOHOLICKÉ NÁPOJEPOP AI
AWARDS

HALLOWEEN SADA MONSTERS A FANTA

Zadavatel: Coca-Cola HBC Česko a Slovensko, s.r.o.

Příhlašovatel: DAGO s.r.o.

Autor: Dago Team

Materiály: karton

Použití: hypermarkety, tradiční trh

Charakteristika: Tematická sada vytvořena hned pro dva produkty světoznámé značky u příležitosti Halloweenu Vám vyrazí dech a zároveň pobaví. Velkou předností obou vystavení je nenákladné provedení z kartonu. To však neznamená, že postrádá výrazný efekt. Právě naopak. Endcapy jsou vytvořeny obrandováním stávajících čel regálů. U nápoje Monster najdete hravý design v zářivých barvách, ze kterého vystupuje 3D plechovka znázorňující vlastní produkt v nadživotní velikosti. V horní části vždy upoutá kostra, jejíž vzezření dokonale zapadá do celého konceptu. Kromě těchto stěžejních prvků je zajímavá také zadní pavučina - ta dotváří celý design a dává vystavení tu pravou tečku na závěr. U značky Fanta se naopak jedná o zcela jiný, ponurý design, který je s tímto svátkem neodvratně spojený. Základním elementem stojanu je typický prvek Halloweenu - mistrně zakomponovaná rakev. Navíc slouží i jako funkční úložný prostor pro vystavené produkty. To ale není zdaleka vše! Jakmile při bližším pohledu na endcap zjistíte, že upíři mají reálné zuby a netopýr se dokonce hýbe, strašidelná nálada tohoto svátku Vás už jen tak nepustí...

8



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
NEALKOHOLICKÉ NÁPOJE



POPAI
AWARDS



VINEA SHOP IN SHOP

- Zadavatel:** Kofola
Přihlašovatel: POS Media Czech Republic
Autor: POS Media Czech Republic
Materiály: PVC samolepka, karton
Použití: síť řetězce Ahold
Charakteristika: Shop in shop umístěný v hypermarketech Albert prezentuje prémiovou ovocnou limonádu hroznové chuti Vinea Frizzante. Podlahová grafika a oblečení zkušených promotérek evokují ovocné a květinové tóny nápoje. Ostatní prvky expozice jdou ruku v ruce s celkovou komunikací značky a dotvářejí atmosféru ve stylu antiky. Luxusní charakter kampaně podporují také stojany s produkty obrostlé vinnými listy a dobové antické sloupy.

9



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
NEALKOHOLICKÉ NÁPOJE



POPAI
AWARDS



ENDCAP BIRELL

- Zadavatel:** Plzeňský Prazdroj, a.s.
Přihlašovatel: Plzeňský Prazdroj, a.s.
Autor: Dago s.r.o.
Materiály: dřevo, reálné jízdní kolo, umělá tráva, plast, lednice
Použití: in-store propagace (hypermarkety)
Charakteristika: Regálové čelo Birell mistrně kombinuje klasické materiály se skutečnými prvky a artefakty jako jsou jízdní kolo, kameny a tráva. Touto neobvyklou a neotřelou kombinací na první pohled zaujme a přitáhne pohledy zákazníků. Reálné kolo vyčnívající z regálu připomíná, že s tímto nápojem sport jednoduše a bez debat sedí dohromady. S Birellem si stoprocentně zachováte nejen čistou hlavu, ale i chuť vyrazit do přírody a dát si do těla díky jeho osvěžující chuti, která vás nakopne k lepším výkonům a nezatěmní Vaši mysl ani úsudek. Podsvícený banner v pozadí přibližuje moment spotřeby. Lednice umístěná v levé části je velmi praktická, snadno přístupná a v letních měsících pro spotřebitele k nezaplacení, přičemž nabízí širokou škálu příchutí, stačí si vybrat a sáhnout pro ně!

10



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
NEALKOHOLICKÉ NÁPOJE



POP AI
AWARDS



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
NEALKOHOLICKÉ NÁPOJE



POP AI
AWARDS

11

COLA OD BIRELLU - KARTÓNOVÝ STOJAN

Zadavatel: Plzeňský Prazdroj Slovensko, a. s.

Příhlašovatel: Plzeňský Prazdroj Slovensko, a. s.

Autor: Plzeňský Prazdroj Slovensko, a. s. - SPRINT TRADING s.r.o

Materiály: Kartón

Použití: Hypermarkety a supermarkety

Charakteristika: Cola od Birellu je součástí nové podkategorie značky Birell, která nabízí zdravší alternativu k nealkoholickým ochuteným nápojům. Vizually se produkt záměrně odlišuje od standardní rady Birell, aby tak oslovil nových spotřebitelů. Uvedení v červnu předcházela teasingová kampaň, která otázkou "Si alebo nie si?" vzbudzovala zvedavost spotřebitelů. Součástí představení v trhu byl i atypický kartónový stojan, který byl s kreativní kampaní propojený otázkou "Si zvedavý?" na toperech, přičemž spotřebitelé upoutal zvýrazněný otázník z vákuově tvarovaného plastu podsvícený LED diodami. Police stojanu dále komunikovali hlavní benefity produktu, které odlišují Colu od Birellu od jiných kolových nápojů slazených cukrem. V trhu byla novinka dále podpořena brandingem nealko uličky na TESCO, paletovými vystaveními na modernom a tradičnom trhu, ako aj masívnou samplingovou kampaní.



12

STOJAN RCC

Zadavatel: Kofola a.s.

Příhlašovatel: Sprint Trading s.r.o.

Autor: Tým Sprint Trading

Materiály: Karton

Použití: Moderní trh + prémiové prodejny tradičního trhu

Charakteristika: Toto originální POP připomíná prostředí pomalého amerického jihu z roku 1905. Stojan v sobě nese autentické prvky této doby. Vychutnejte si doušek po doušku svoji chvíli v pomalém jižanském tempu a nechte se přenést do doby, kdy dny byly horké, víra pevná a kola štavnatá po cukrové třtině.





TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
NEALKOHOLICKÉ NÁPOJE



POPAI
AWARDS



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
NEALKOHOLICKÉ NÁPOJE



POPAI
AWARDS



13

DISPLEJ MAESTOSA

- Zadavatel:** DeLonghi Group
- Přihlašovatel:** RETAIL OF THE FUTURE, s.r.o.
- Autor:** RETAIL OF THE FUTURE, s.r.o.
- Materiály:** Lakovaný plast do korporátních barev klienta s využitím LED světla a světelných ploch, 3D logo značky
- Použití:** Elektro prodejny pro český a slovenský trh
- Charakteristika:** Značka DeLonghi v letošním roce uvedla na trh několik novinek. Opět pamatovala i na zákazníky, kteří mají v oblíbě automatické kávovary, s jednoduchým ovládním pomocí touch displeje. Zadáním bylo vytvořit majestátní vystavení tohoto kávovaru v regálech elektro prodejen tak, aby na první pohled upoutal pozornost zákazníků. Dominantním prvkem displeje je 3 úroňová podsvícená podesta. Na hlavní ploše je vystaven kávovar Maestosa a na ostatních informace o samotném kávovaru. Zadní stěna s 3D logem a podsvícenými popiskami, kde si zákazník najde všechny potřebné a důležité informace. Displej je jednoduchý a zároveň působí prémiově. Je vyroben z lakovaného plastu v korporátní modré barvě značky DeLonghi se zpevněnou podestou. Na čelo displeje jsme umístili 3D logo značky DeLonghi a na horní část 3D logo označení kávovaru.

14

STOJAN MS HOKEJ

- Zadavatel:** Coca-Cola HBC Česko a Slovensko, s.r.o.
- Přihlašovatel:** Sprint Trading s.r.o.
- Autor:** Tým Sprint Trading
- Materiály:** Karton
- Použití:** Tradiční trh CZ x SK
- Charakteristika:** Pro největší akci roku 2019, MS v Hokeji na Slovensku, jsme vyvinuli stojan s charakteristickými prvky ledového kluziště, puku a hokejek. Největší důraz byl kladen na realistický vzhled puku. Hlavním cílem vystavení bylo vyvolání pozitivních emocí u fanoušků a komunikace soutěže o vstupenky. Stojan byl dodáván v rozloženém stavu s důrazem na rychlé sestavení.





TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
NEALKOHOLICKÉ NÁPOJE



POPAI
AWARDS



1 PALETOVÉ VYSTAVENÍ MONSTER MANGO LOCO

Zadavatel: Coca-Cola HBC Česko a Slovensko, s.r.o.

Příhlašovatel: Sprint Trading s.r.o.

Autor: Tým Sprint Trading

Materiály: Karton

Použití: Tradiční trh i moderní trh

Charakteristika: Paletové vystavení Monster mango loco mělo za úkol vystihnout náladu největšího mexického svátku mrtvých.

Barevné stromy, kostlivci, pavučiny. To vše s co nejlepší vizibilitou produktu. Pro snadnější odběr zboží byly do vystavení zapracovány schody.

Palety byly umístěny v prostoru s možností odběru zboží ze všech stran.

15



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
NEALKOHOLICKÉ NÁPOJE



POPAI
AWARDS



16

1 PALETOVÉ VYSTAVENÍ GRILL

Zadavatel: Coca-Cola HBC Česko a Slovensko, s.r.o.

Příhlašovatel: Sprint Trading s.r.o.

Autor: Tým Sprint Trading

Materiály: Karton

Použití: Tradiční i moderní trh

Charakteristika: K aktivaci jedné z největší spotřebitelských příležitostí – Grilování - bylo vyvinuto 1paletové vystavení s charakteristickými prvky zahradního grilu. Uvedené vystavení bylo součástí „grilling corners“ u vybraných zákazníků moderního trhu, kdy společně s dalšími prvky grilovacího příslušenství a potravin cíleně aktivovalo tuto oblíbenou gastronomickou událost, která je pro naše spotřebitele nedílnou součástí trávení volného času během letního období.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
NEALKOHOLICKÉ NÁPOJE



POPAI
AWARDS



HOKEJ E3 VYSTAVENIE

Zadavatel: Coca-Cola HBC Česko a Slovensko, s.r.o.

Příhlašovatel: Authentica, s.r.o.

Autor: Authentica, s.r.o.

Materiály: Dřevo, plast, karton, LED osvětlení, zvukové zařízení

Použití: vybrané prodejny TESCO ČR a SR

Charakteristika: Cílem bylo při příležitosti MS v hokeji navrhnout pro klienta jakožto generálního sponzora atraktivní E3 POS řešení, což v pojetí klienta znamenalo „Něco specifické, čo prináša exkluzívny zážitok“. Na půdorysu 2 palet tak vzniklo permanentní vystavení, které bylo nejen nosičem produktů, ale také vtipně dokreslovalo bouřlivou atmosféru mistrovství světa v hokeji. Nejpřitažlivější se ukázala mechanika hokejového křesla, kdy při dosedu na něj spustila siréna spolu s bouřlivým výkřikem hokejových tribun, který vždy zazní při vstřelení gólu v reálném zápase. Tento akustický projev byl doprovázen rozblíknáním bílého LED osvětlení, které dokreslovalo atmosféru reálného hokejového utkání. Za zmínku stojí řady nadšených nakupujících, kteří místo ve frontě na banány stáli ve frontě na akční sedátka tak, aby zažili alespoň část hokejového šílenství, s nímž je hokejové mistrovství v českých a slovenských končinách neodmyslitelně spjata.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
NEALKOHOLICKÉ NÁPOJE



POPAI
AWARDS



IDS BORJOMI PALLET DECORATION & BRAND BLOCK

Zadavatel: IDS Borjomi Ukraine

Příhlašovatel: POS Media Ukraine LLC

Autor: Berchy E. & Kuzan I. & Illenko Y.

Materiál: překližka, mech, voda, plast

Použití: 15 Hypermarketů

Charakteristika: Letos na jaře nám klient poslal zadání k projektu HLAS VODY na podporu maloobchodní reklamní kampaně, která by měla upozorňovat na otázky ochrany životního prostředí, a to zejména na kácení stromů v Karpatech. Klient natočil velmi zdařilý videoklip a my jsme navrhli grafické ztvárnění prezentace produktu, které precizně vyjadřovalo danou ekologickou problematiku a udělalo dojem i na režiséra videoklipu.

Všechny prvky jsou vyrobeny z recyklovaného dřeva. Použili jsme také dynamické akrylové osvětlení a skutečný zpevněný mech.

Součástí instalace je i vodopád a kvalitní ozvučení.

Prezentace značky obsahuje obrazovku, na které se použije videoklip a hudba.

KATEGORIE
C

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
NEALKOHOLICKÉ NÁPOJE



POP AI
AWARDS



19

COCA COLA CATEGORY BRANDING & LED SHELF STOPPERS

Zadavatel: Coca cola Ukraine LLC
Příhlašovatel: POS Media Ukraine LLC
Autor: Voedilo V. & Kuzan I.
Použití: 15 Hypermarketů
Materiál: PVC, AKRYL, moduly LED osvětlení

Charakteristika: V roce 2018 jsme pro společnost Coca-cola v 150 supermarketech zajišťovali podporu prodeje pro vánoční sezónu. Pro 15 nejdůležitějších prodejen jsme vytvořili jedinečné regálové shelf stoppery s dynamickým osvětlením napodobujícím vyprazdňování láhve. Dalším rysem poutače je jeho oboustrannost s využitím tloušťky pouhých 11 mm. Vzhledem k tomu, že nás klient požádal, abychom letos tyto regálové nosiče použili v širokém měřítku, chápeme to jako potvrzení úspěchu loňské kampaně. Maloobchodní řetězec – SILPO, NOVUS.

KATEGORIE
D

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
ALKOHOLICKÉ NÁPOJE, TABÁK



POP AI
AWARDS



20

VÁNOČNÍ OSTROV BUDĚJOVICKÝ BUDVAR

Zadavatel: Budějovický Budvar, národní podnik,
Budweiser Budvar, National Corporation,
Budweiser Budvar, Entreprise Nationale

Příhlašovatel: DAGO s.r.o.

Autor: Dago Team

Materiály: dřevo, plast, LCD

Použití: Hypermarkety Globus

Charakteristika: Vánoční atmosféru Vám dokonale navodí unikátní POS Budějovického Budvaru s reálným krbem. Právě krb, vyrobený na míru ze dřeva, je hlavní dominantou tohoto dvoupaletového vystavení. Rodinnou vánoční atmosféru umocňuje plápolající oheň uvnitř krbu. Toho je docíleno zabudovaným monitorem s video spotem. POS tak navozuje pocit klidu, pohody, kdy se celá rodina může sejít a společně si vychutnat kouzlo Vánoc. Nesmí chybět také vánoční dekorace, v podobě skleněných ozdob a hvězd. Plastová omotávka a topper vnašejí do celého projektu ucelený pohled, kdy zadavatel využil tohoto prostoru pro popřání „ŠTASTNÝCH A VESELÝCH VÁNOC“ svým zákazníkům. Paletový ostrov je přístupný ze všech stran, kdy zadní stranu krbu tvoří poličky na pивní lahve připomínající stromeček. Vše je však vyrobeno velmi decentním, čistým a přitom stylovým designem, který je laděn do typických Českých Vánoc. Celé dvoupaletí nabízí dostatečnou zásobu jak plechovek, tak lahví z portfolia Budějovického Budvaru. Nakupující má možnost zakoupit i celé balení v podobě přepravky.

KATEGORIE

D

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
ALKOHOLICKÉ NÁPOJE, TABÁKPOP AI
AWARDS

TULLAMORE KAMPAŇ

- Zadavatel:** Mast-Jaegermeister CZ s.r.o.
Přihlašovatel: DAGO s.r.o.
Autor: Dago Team
Materiály: karton, podlahová samolepka, reálné svícení, zvon
Použití: hypermarkety

Charakteristika: Je až neuvěřitelné, že tento osobitý bar, kde můžete zapomenout na všechny starosti a strasti dne, je kompletně vyroben z kartonu. Tento zcela nový typ paletového vystavení o velikosti čtyřpaletí, které máte možnost zahlédnout ve vybraných hypermarketech, Vás okouzlí svoji neodolatelnou atmosférou a vtáhne Vás do úplně jiného světa. Poutavé provedení v teplých barvách prezentovaného nápoje působí domácky a hřejivě, vskutku jako místo, kde se budete cítit jako ve svém. Reálné osvětlení a zvon, mistrně zakomponované do celkového konceptu, jsou velmi emoční záležitosti, která evokuje útulnou malou hospůdku, kde si můžete odpočinout a na pár chvil se úplně schovat před celým světem. Přeneste se do světa Tullamore...

21

KATEGORIE

D

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
ALKOHOLICKÉ NÁPOJE, TABÁKPOP AI
AWARDS

BECHEROVKA UNFILTERED

- Zadavatel:** Jan Becher - Karlovarská Becherovka, a.s.
Přihlašovatel: DAGO s.r.o.
Autor: Dago Team
Materiály: karton, podlahová samolepka
Použití: hypermarkety Makro
Charakteristika: Jednoduché, ale velmi efektní kartonové vystavení vytvořené pro síť prodejen Makro využívá všech tří barev, které naleznete také na lahvi tohoto lahodného moku. Mimo jiné se vyznačuje tím, že se zde zcela upustilo od pravých úhlů jako typického rysu paletových vystavení z kartonu. V souladu se surovinami, ze kterých je tento alkoholický nápoj připraven, je celé vystavení pokryto lístky a květinami bylin, které navíc u podlahy nekončí, nýbrž pokračuje v podlahové samolepce, která celému projektu dodává vícerozměrný nádech. Bočnice jsou vyrobeny přímo jako modely lahvi produktu, který je tvořen jen a pouze ryzí chutí bylin. Kontrastní heslo ve spodní části je zdůrazněné v bílém okénku a stává se zároveň tzv. „call to action“, čili momentem, který zákazníka přímo pobízí k ochutnání tohoto tradičního čistého přírodního zázraku, který vytvořili zlaté České ručičky.

22

KATEGORIE

D

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
ALKOHOLICKÉ NÁPOJE, TABÁKPOP AI
AWARDS

HENDRICK'S EXPOZICE

Zadavatel: Mast-Jaegermeister CZ s.r.o.

Přihlašovatel: Šafy production s.r.o.

Autor: ŠAFY Tým

Materiály: Dřevo, kompozit, měď

Použití: Velkoobchody

Charakteristika: Hendrick's volně stojící retro vana v duchu „unusual“ ginu. „Neobyčejný“ gin stejně jako celá značka Hendrick's. Atraktivitu vystavení pro kolemjdoucí zákazníky podtrhuje dřevěný podstavec v tradiční cream barvě s měděným potrubím v bronzové barvě. Celkově tak tato expozice výborně podporuje visibilitu značky v místě prodeje.

23

KATEGORIE

D

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
ALKOHOLICKÉ NÁPOJE, TABÁKPOP AI
AWARDS

KOZEL MISTRŮV LEŽÁK SHOP-IN-SHOP

Zadavatel: Plzeňský Prazdroj, a.s.

Přihlašovatel: Plzeňský Prazdroj, a.s.

Autor: Klak & Son, a.s. (grafika), Kartonie s.r.o. (produkce)

Materiály: karton

Použití: in-store propagace (hypermarkety)

Charakteristika: Tento ryze kartonový shop-in-shop byl vyvinut pro in-store propagaci loňské nejuspěšnější pivní inovace Kozel Mistrův ležák. Hlavní prioritou je jeho masivní konstrukce vytvořená na základě grafického návrhu znázorňujícího rezbářské dílo s dominantní prostorovou klenbou, která je alfou a omegou celého vystavení. Nejtěžším prvkem bylo dodržení původního 3D návrhu, a to včetně všech detailů, které umožňují tomuto shop-in-shopu vyniknout z jakéhokoliv úhlu pohledu tak, jako pravé "mistrovské dílo".

24



RADEGAST SUCHO DVOUPALETOVÉ VYSTAVENÍ

Zadavatel: Plzeňský Prazdroj, a.s.

Příhlašovatel: Plzeňský Prazdroj, a.s.

Autor: Ondřej Balajka (grafika), Kartonie s.r.o. (produkce)

Materiály: karton

Použití: in-store propagace (hypermarkety)

Charakteristika: Toto originální dvoupaletové vystavení je jedním z mnoha výplodů CSR kampaně "RADEGAST - Boj proti SUCHU", jejíž cílem je upozornit na palčivý problém spojený se suchem a nenásilnou formou tak edukovat o tomto v poslední době značně rezonujícím tématu. Námětem pro vytvoření tohoto vystavení byla právě probíhající TV reklama věnující se problematice sucha. Kromě environmentálních aspektů by toto vystavení mělo v lidech vzbuzovat pocit žízně a samozřejmě chut sáhnout právě po Radegastu charakteristickým svou hořkostí a respektem k tvrdé a smysluplné práci, kam se boj proti suchu bezesporu řadí. Život je hořký. Bohudík.



PERMANENTNÍ BRANDING KONCOVKY STOCK MAKRO

Zadavatel: STOCK Plzeň-Božkov s.r.o.

Příhlašovatel: SÁRA, s.r.o.

Autor: SÁRA, s.r.o.

Materiály: Konstrukce ze smrkového masivu, probarvená MDF, smrkové palubky, LED diody, cenovkové PVC lišty, kovové rohy.

Použití: Slouží k podpoře prodeje vybraných produktů společnosti STOCK Plzeň.

Charakteristika: Koncovka svým exkluzivním vzhledem, podsvětlenými policemi a svítící komunikací upoutává pozornost zákazníka, čímž přispívá nejen k podpoře prodeje, nýbrž i ke kultivaci nákupního prostředí v daném retailu.

KATEGORIE

D

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
ALKOHOLICKÉ NÁPOJE, TABÁKPOP AI
AWARDS

27

RADEGAST - SOCHA S DIGITÁLNÍM DISPLEJEM

Zadavatel: Plzeňský Prazdroj, a.s.**Příhlašovatel:** MORIS design s.r.o.**Autor:** Concept One, a.s.**Materiály:** forex, kov, dřevo, LED**Použití:** promo eventy zadavatele

Charakteristika: Pro klienta Plzeňský Prazdroj jsme dle zadání navrhli výrobu stojanu v podobě boha Radegasta v životní velikosti (v = 170 cm). Stojan je součástí promo stanovišť s atrakcemi v rámci outdoorové kampaně pořádané klientem po hokejových stadionech. Jeho cílem je zvýšení vizibility promo stánku a podpoření brand awarness. Požadavkem na výrobní specifikaci byla stabilita a odolnost za současného zachování únosné hmotnosti pro potřebnou manipulaci. Součástí forexové sochy je i prostor pro digitální displej, který plní funkci zobrazení nejlepších výsledků dosažených fanoušky v rámci roadshow proma. Obrys sochy je podsvícen červeným LED páskem, který simuluje blesky, a dotváří tak celkový dojem z prezentace.



KATEGORIE

D

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
ALKOHOLICKÉ NÁPOJE, TABÁKPOP AI
AWARDS

28

KARTÓNOVÝ STOJAN ŠARIŠ EJL

Zadavatel: Plzeňský Prazdroj Slovensko, a. s.**Příhlašovatel:** Plzeňský Prazdroj Slovensko, a. s.**Autor:** Plzeňský Prazdroj Slovensko, a. s. - Authentica, s.r.o. - ASTRON print, s.r.o.**Materiály:** Kartón**Použití:** Hypermarkety a supermarkety

Charakteristika: Na jar uviedol novinku Šariš EJL, ALE po našom – pivný špeciál s pôvodom v Anglicku pripravený pre chute slovenského spotrebiteľa. Šariš EJL je odpoveďou na aktuálny trend v pivnej kategórii a je prvým pivným špeciálom uvarným veľkým slovenským pivovarom. V rámci podpory trhu bol využitý aj kartónový stojan, ktorého hlavnou inšpiráciou bol pivný pohár craft typu z key vizuálu kampane. Pri absencii obvyklých bočníc, ktoré bývajú nosným prvkom stojanu, zabezpečujú nosnosť stojanu masívne diagonálne nosníky, ktoré uzamykajú police do horizontálnej polohy a grafikou dokresľujú imitáciu pivného poháru. Navrhnutá konštrukcia je teda otvorená, čím zaisťuje výbornú dostupnosť k produktom ako aj ich veľkú visibilitu. Pre výraznejšiu komunikáciu je za pivným pohárom vztýčený chrbát stojanu, ktorý ďalej komunikuje všetky podstatné informácie o produkte.

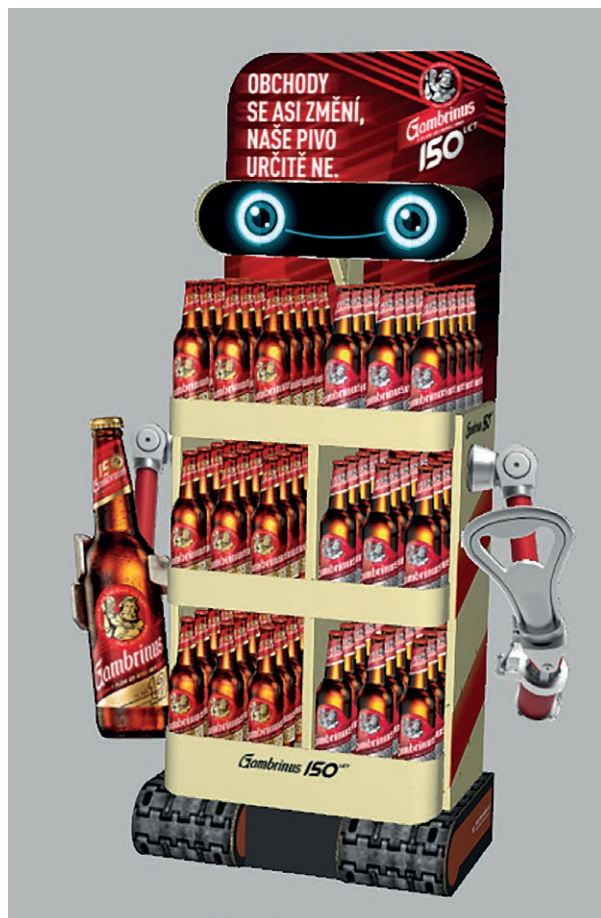


KATEGORIE

D

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
ALKOHOLICKÉ NÁPOJE, TABÁKPOP AI
AWARDS

29



GAMBRINUS 150 LET - STOJAN

- Zadavatel:** Plzeňský Prazdroj, a.s.
Přihlašovatel: Plzeňský Prazdroj, a.s.
Autor: Sprint Trading s.r.o.
Materiály: karton
Použití: in-store propagace
Charakteristika: Neotřelý kartonový stojan komunikující 150leté výročí založení pivovaru Gambrinus. Robot zde slouží jako futuristický nositel závazku pivovarských, že pivo Gambrinus bude i za 150 let chutnat stejně tak dobře, jako nyní. Tak na dalších 150 let!"

KATEGORIE

D

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
ALKOHOLICKÉ NÁPOJE, TABÁKPOP AI
AWARDS

30



PALETOVÉ VYSTAVENIE ŠARIŠ EJL

- Zadavatel:** Plzeňský Prazdroj Slovensko, a. s.
Přihlašovatel: Plzeňský Prazdroj Slovensko, a. s.
Autor: Plzeňský Prazdroj Slovensko, a. s. - Dunnhumby Slovakia, s.r.o.
Materiály: Kartón
Použití: Tesco hypermarkety
Charakteristika: Na jar uviedla značka Šariš novinku Šariš Ejl, ALE po našom – pivný špeciál s pôvodom v Anglicku pripravený pre chute slovenského spotrebiteľa. Šariš Ejl je odpoveďou na aktuálny trend v pivnej kategórii a je prvým pivným špeciálom, ktorý uvaril veľký slovenský pivovar. Súčasťou podpory v trhu bolo paletové vystavenie na TOP 20 TESCO hypermarketoch, ktoré prostredníctvom paletového rohu vyzdvihlo jeden z hlavných elementov televíznej reklamy. Dvojica tanečníkov, slovenské dievča vo folklórnom šate a anglický gentleman, sú zároveň aj odkaz na receptúru tohto piva, v ktorom sa snúbila tradičná anglická receptúra so slovenskou vášňou.

KATEGORIE

D

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
ALKOHOLICKÉ NÁPOJE, TABÁKPOPAI
AWARDS

31

STOJANY NA WHISKY (2 DRUHY)

Zadavatel: Play Retail

Přihlašovatel: UNIBON s.r.o.

Autor: Play Retail

Materiály: Lakovaná MDF, laminovaná dřevotřísková deska, lakovaný kov, plast, LED osvětlení, A/ textil, B/ dřevo

Použití: Specializované prodejny s alkoholem

Charakteristika: Displeje určené k umístění ve výlohách a na prodejních pultech pro vystavení luxusních značek alkoholických nápojů

KATEGORIE

D

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
ALKOHOLICKÉ NÁPOJE, TABÁKPOPAI
AWARDS

MODUL JACK DANIEL'S PRO AHOLD

Zadavatel: Brown-Forman Czechia, s.r.o.

Přihlašovatel: DAGO s.r.o.

Autor: Dago Team

Materiály: karton svícení

Použití: síť marketů Ahold

Charakteristika: V souvislosti s unikátní Retro edicí whiskey Jack Daniel's, která poukazuje na historické etikety světoznámé značky, bylo účelem druhotného umístění přiblížit koncovému spotřebiteli celý tento koncept. Je až překvapivé, že celý modul je z kartonu, a jedná se tedy o bravurní spojení elegance s ekologickým myšlením. Provedení v prémiové černé dává vyniknout bílému, ornamenty lemovanému logu značky na topperu, ze kterého proudí decentní paprsky svícení podtrhující celý dojem. Velký důraz byl kladen na vizuální stránku a propracování do nejmenšího detailu. To je patrné zejména na 3D modelech retro rádia a basové kytary, které jsou bezesporu dotaženy k dokonalosti tak, že navodí tu správnou atmosféru pro ten správný drink. Napojení značky Jack Daniel's na dlouhodobou tradici hudby vdechuje modulu nezaměnitelný šmrnc a přitahuje veškerou pozornost zákazníků napříč všemi generacemi, čímž v neposlední řadě ovlivňuje prodeje zlatavého moku. Nenápadnou, avšak důležitou součástí je logo sítě prodejen ve spodní části, které koresponduje s jejich konceptem a tím do prostoru skvěle zapadá.

32

KATEGORIE

D

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
ALKOHOLICKÉ NÁPOJE, TABÁKPOPAI
AWARDS

33

LP LED CAGE

Zadavatel: Champagne Laurent-Perrier S.A.S.

Přihlašovatel: DEKOR, spol. s r.o.

Použití: Counter display

Charakteristika: Prosvětlený stolní stojánek prezentující značkové šampaňské víno slouží k přímému servírování zákazníkovi na stůl. Je zde využito bateriového napájení základny. Dobíjecí baterie zajišťují až osmihodinovou výdrž, dostatečnou dobu pro prezentaci. Láhev je kryta pomosazenou klecí s elementy v barvách nabízeného vína. Pro umocnění zážitku a vyzdvižení slavnostní atmosféry klec obsahuje čtyři držáky na party fontány. Stojánek je dodáván s osazenými akumulátory a distribuován společně s nabíječkou.

KATEGORIE

D

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
ALKOHOLICKÉ NÁPOJE, TABÁKPOPAI
AWARDS

34

STOJAN PIVNÉ SLÁVNOSTI

Zadavatel: Plzeňský Prazdroj, a.s.

Přihlašovatel: Sprint Trading s.r.o.

Autor: Tým Sprint Trading

Materiály: Karton

Použití: In-store kartonový stojan na retailové provozovny

Charakteristika: Stojan jsme vyvíjeli pro více druhů ležákových piv z portfolia Plzeňského Prazdroje. Hlavní komunikační linka „Pivné slávnosti“ evokuje populární pivní festivaly v měsíci říjnu. Multibrandový stojan, stejně jako pivní slavnosti láká zákazníka k vyzkoušení více druhů piv – v tomto případě Gambrinus 12°, Šariš 12°, Šariš Ejl a Kozel 11° světlý. Vizual dřevěného ležákového sudu jsme realisticky zapracovali do konstrukce displeje jako tradiční prvek, jež je po generace spojen s výrobou piva. Evokuje tedy záruku kvality – léty prověřená receptura, po generace předávané umění sládků a pečlivý výběr surovin.





PRÉMIOVÉ VYSTAVENÍ M&C ICE IMPERIAL

Zadavatel: Moët Hennessy Deutschland GmbH

Přihlašovatel: Authentica, s.r.o.

Materiály: Karton

Použití: podpora prodeje

Charakteristika: Pro německé zastoupení nadnárodní skupiny LVMH – největšího světového podniku s luxusním zbožím, ke kterým patří i luxusní šampaňská vína, bylo navrženo toto elegantní a zároveň díky svým rozměrům nepřehlédnutelné prémiové vystavení prezentující M&C Ice Imperial – první šampaňské v historii, které bylo vytvořeno speciálně proto, aby jeho jedinečné vlastnosti a chuť vynikly na ledu.

Intenzivní aroma tohoto šampaňského se nedá přejít bez povšimnutí, stejně jako nápaditý a zároveň čistý a minimalistický design tohoto oboustranného kartonového vystavení s kapacitou až 54 lahví. Celý dojem podtrhuje podlahová samolepka imitující ledovou plochu evokující dokonalé osvěžení.

35



PALETOVÉ VYSTAVENÍ MOUNT GAY

Zadavatel: Mast-Jaegermeister CZ s.r.o.

Přihlašovatel: atta creative s.r.o.

Autor: atta creative s.r.o.

Materiály: karton

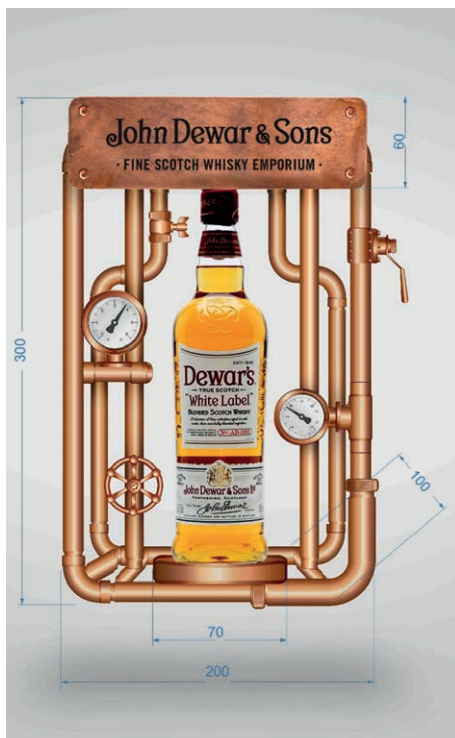
Použití: prodejny Globus

Charakteristika: Ochutnejte Mount Gay, nejstarší rum na světě. Veškerá chuť a aroma rumu vznikají přirozeně, zráním v dubových sudech. Tato důležitá informace nás inspirovala k návrhu tohoto vystavení, které je nápadité a na prodejní ploše nezanikne. Zvolenými prvky si vystavení také zachovává svoji prémiovost.

36

KATEGORIE

D

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
ALKOHOLICKÉ NÁPOJE, TABÁKPOP AI
AWARDS

DEWARS GLORIFIER

Zadavatel: Bacardi-Martini Ukraine LLC

Přihlašovatel: POS Media Ukraine LLC

Autor: Berchy E. & Kuzan I.

Použití: 20 Supermarketů

Materiál: Měděné trubky a armatury

Charakteristika: V roce 2018 jsme navrhli a vyrobili 20 shelf stopperů pro láhev dvanáctileté whisky značky DEWARS.

Láhev je skutečná stejně jako měděné trubky. Logo je vytvořeno chemickým leptáním. Za povšimnutí stojí, že „měřicí přístroje“ neukazují nulovou hodnotu :).

Po měsíci byl klient s výsledkem tak spokojen, že dobu umístění poutačů prodloužil na tři měsíce a rozhodl se pro jejich použití i letos.

37

KATEGORIE

D

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
ALKOHOLICKÉ NÁPOJE, TABÁKPOP AI
AWARDS

JACK FIRE GONDOLA

Zadavatel: Brown formanUkraine LLC

Přihlašovatel: POS Media Ukraine LLC

Autor: Berchy E. & Kuzan I.

Použití: 5 Supermarketů & Hypermarketů

Charakteristika: Na jaře roku 2018 jsme navrhli a vyrobili čelo regálu (End Cup) pro značku Fire Jack Daniels. Materiálem je skutečné dřevo s opalovanou texturou.

Jako zvýraznění a podtržení povahy nápoje a jeho „žáru“ je hasicí přístroj zabudovaný do čela regálu. Bylo vyrobeno celkem 5 kusů, které se pravidelně umísťují do různých maloobchodních řetězců na Ukrajině.

38

KATEGORIE

D

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
ALKOHOLICKÉ NÁPOJE, TABÁKPOP AI
AWARDS

OAKHEART GLORIFIER

Zadavatel: Bacardi-Martini Ukraine LLC

Přihlašovatel: POS Media Ukraine LLC

Autor: Berchy E. & Kuzan I. & Illenko Y.

Použití: 45 Supermarketů & Hypermarketů

Materiál: skutečné dubové dřevo a skutečná sekera

Charakteristika: V zimě roku 2019 jsme vytvořili bezpochyby velice poutavý shelf stopper.

Deska je vyrobená z pravého dubového dřeva, které odkazuje na sudy, v nichž nápoj zraje.

U tohoto projektu stojí za povšimnutí velká míra angažovanosti klienta i inspirace, kterou nám poskytli. Byli jsme osloveni s žádostí o vytvoření grafické podoby reklamní kampaně značky Bacardi nejen na Ukrajině, ale i v dalších státech. Nosič byl prezentován v maloobchodních řetězcích: Novus LLC., Silpo, Metro.

39

KATEGORIE

E

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
HORECAPOP AI
AWARDS

COFFEESHOP

Zadavatel: TIZIA spol. s r.o.

Přihlašovatel: ROSS s.r.o.

Materiály: opál, LED, komatex, dřevo, jutovina,

Použití: Interiérové zariadenie a označenie kaviarní

Charakteristika: Okrem bežného štandardu – materiálov, z ktorých sa vyrábajú svetelné a nesvetelné reklamy, ponúkame v Rosse našim zákazníkom jedinečné a ich kultúre brandu prispôsobené riešenia, ktoré spájajú rôznorodé materiály v kompaktný a dizajnový atraktívny celok. Takým príkladom je aj realizácia originálneho loga pre kaviarensú sieť COFFEESHOP COMPANY, ktorá si našu spoločnosť Ross vybrala za partnera práve na základe špecifického prístupu a atraktívneho návrhu riešenia. Interiérové logo je špecifické tým, že sa v ňom spájajú a kombinujú rôzne druhy prírodných materiálov. Základ 3D loga tvoria drevené dosky zafrézované do kruhovitého tvaru. Stred loga je z jutoviny doplnený o potlačané drevené komponenty s motívom kávy. Celý kontext loga dotvára digitálna potlač s výzorom zvetraného dreva a komatexové písmená. Okrem interiérového loga vyrábame pre kaviarne interiérové svetelné 3D nápisy, výstrče, vonkajšie označenie prevádzky, aj ostatný doplnkový sortiment zabezpečujúci nie len podporu predaja, ale aj výnimočnú atmosféru prostredia, ktorú si môžete vychutnať v nákupných centrách po celom Slovensku.

40

KATEGORIE

E

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
HORECAPOPAI
AWARDS

41



NOVELTEA PULTOVÝ STOJAN

Zadavatel: Tea – Venture Ltd.

Přihlašovatel: Authentica, s.r.o.

Autor: Authentica, s.r.o.

Materiály: Překližka, akrylát, samolepící folie

Použití: Pultový stojan na recepcích hotelu

Charakteristika: Klient přináší na trh alkoholických výrobků blendy čaje a oblíbených alkoholických nápojů. Cílem zadání bylo přinést takový návrh, který se využije primárně na recepcích hotelového řetězce, který podpoří příběhy jednotlivých produktů: ať již mix tradičního britského čaje Earl Grey s londýnským ginem, marockého mátového čaje s bílým rumem či čínského čaje se skotskou whisky. Proto jsme přišli s návrhem bedýnky, která připomíná právě transportní bedny, ve kterých se čaj i alkohol převážely. Při dobriefování nad prvními vizualizacemi jsme díky možnosti získat od zákazníka čajové listy, které rádi dávají spotřebitelům na výstavách a jiných akcích osahat, přišli s posledním detailem vaniček, do kterých jsou jednotlivé čaje vsypány a spotřebitel tak může umocnit svůj dojem z nákupu právě tím, že si čaj na místě osahá.

KATEGORIE

E

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
HORECAPOPAI
AWARDS

PILSNERKA

Zadavatel: Plzeňský Prazdroj, a.s.

Přihlašovatel: Plzeňský Prazdroj, a.s.

Autor: Archicraft / Jan Tomáš Ciesla, Miroslav Krátký/

Materiály: sklo, dřevo, plech

Použití: Nový koncept restaurací značky Pilsner Urquell podporující identitu značky a zvyšující úroveň zážitku spotřebitele.

Charakteristika: Pilsner Urquell byl průkopníkem pro vytvoření identity pivovaru v restauracích. Založil PUOR, který definoval interiér založený na tradici a historii značky. Koncept chce navázat na bohatou tradici plzeňského piva a plzeňského pivovaru. Snahou je naplnit moderní interpretaci světoznámé prémiové značky Pilsner Urquell, tak aby přilákala nové zákazníky. Hlavní myšlenka konceptu je potlačit okolní výrazové prostředky, aby mohla v interiéru vyniknout krásná zlatavá barva piva. Vzdůšnost, tvarová čistota, důraz na kvalitní materiály a novátorské využití klasických tvarosloví pivovarnictví a výčepů vytváří moderní fúzi a unikátní vzhled. Cílová skupina mladé generace zákazníků hledá nový autentický zážitek a prostřednictvím konceptu Pilsnerka můžeme ukázat pivní řemeslo a kulturu v prostředí výrazně se odlišující od tradičně chápáné formy interiéru české hospody.

42



PALETOVÝ OSTROV HERBAL ESSENCES

Zadavatel: Procter & Gamble - Rakona, s.r.o.
Přihlašovatel: DAGO s.r.o.
Autor: Dago Team
Materiály: lamino LTD. kov, umělé květiny, plast
Použití: hypermarkety

Charakteristika: Pro uvedení novinky z řady Herbal Essences na našem trhu jsme vytvořili vystavení, které se nese přesně v duchu produktové filozofie. Složení z těch nejlepších přírodních surovin, bez silikonů a bez parabenů je přetvářeno do dekorací v podobě zelených lístků a květin. Tyto jemné, romantické prvky jsou citlivě zkombinovány s dalšími použitými materiály. Levitující police vdechují celému konceptu nezvyklý a vzdušný ráz, kontrast antracitové a bílé barvy působí v tomto případě velice harmonicky a čistě. Ač je celý design koncipován v moderním, různorodém stylu, rám v podobě dřevěných latek evokuje návrat ke kořenům, poctivým ingrediencím a ke všemu „starému a dobrému“, co funguje už po celá staletí. Bez obav se tedy světe do péče této řady vlasové kosmetiky a nechte se hýčkat.

43



TETA DROGERIE - BRANDING SEKCE ZDRAVÉ POTRAVINY

Zadavatel: p.k. Solvent s.r.o.
Přihlašovatel: MORIS design s.r.o.
Autor: MORIS design s.r.o.
Materiály: lamino, dibond, magnet
Použití: prodejny Teta drogerie v ČR a na Slovensku

Charakteristika: Teta drogerie výrazně rozšířila sortiment zdravých potravin a s tímto krokem vznikla potřeba jednoduchým, ale dobře viditelným způsobem tuto sekci výrazně označit v rámci prostoru prodejen. Vzhledem k velké variantnosti layoutu jednotlivých prodejen i typů regálů byla hlavním požadavkem variabilita použití. Kompletní branding regálu tvoří topper (dibond), bočnice (lamino), magnetické gondoly a vklady do cenovkových lišt. Design bočnic svým tvarem vychází z korporátní identity Teta drogerie, čímž došlo k nenásilnému tvarovému napojení na stávající branding. Přírodní odstín dřevodekoru v kombinaci s decentní grafikou pak umocňuje kategorii prezentovaného zboží – Zdravé potraviny. Stávající realizace čítá 515 prodejen v ČR a budou následovat další na Slovensku.

44



45

VYBAVENÍ PRODEJNY A KOSMETICKÉHO SALÓNU SISLEY PRAHA

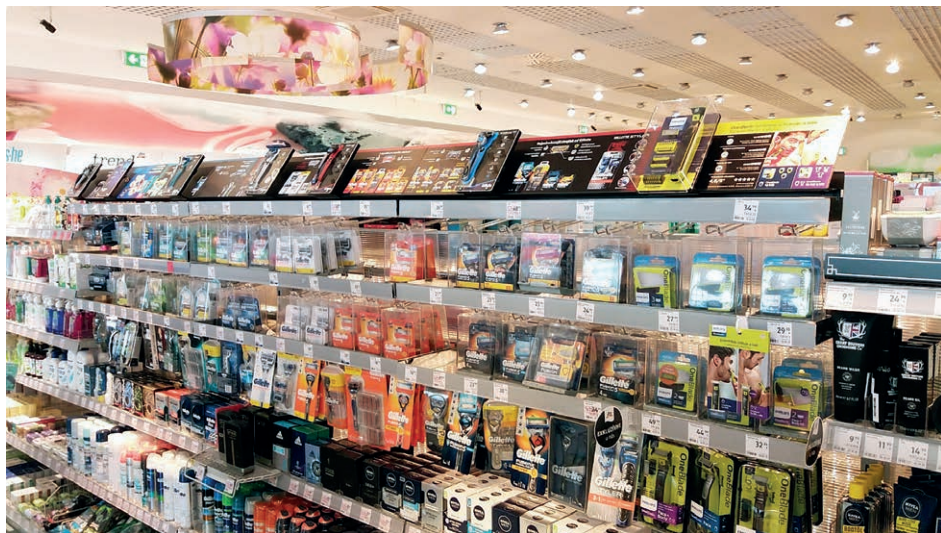
- Zadavatel:** Sisley Kosmetika
Přihlašovatel: UNIBON s.r.o.
Autor: Sisley Paris
Materiály: Patinovaná mosaz, umělý kámen, zrcadla, sklo, lakovaná MDF, podsvícená grafika, LED osvětlení
Použití: Nábytek pro vystavení a prodej kosmetiky a pro kosmetické služby
Charakteristika: Designový nábytek vyrobený z prémiových materiálů odpovídající prezentaci luxusní kosmetické značky



46

STOJAN PALMOLIVE SK

- Zadavatel:** Colgate - Palmolive Česká Republika spol. s r.o.
Přihlašovatel: LOGIK s.r.o.
Autor: LOGIK s.r.o.
Materiály: papír, plast, LED osvětlení, sprcha
Použití: Prodejny 101 Drogerie Na podporu nových produktů řady Palmolive, bylo cílem připravit netradiční stojan, který zákazníka upoutá a bude vybaven i světelným efektem. Důraz je kladen na novinky a netradiční pojetí stojanu ve formě sprchového koutu.
Charakteristika: Stojan se skládal ze 4 materiálů - papíru, plastu, LED osvětlení a příslušenství.



47

PÁNSKÉ HOLENÍ DM SK

Zadavatel: Procter&Gamble

Přihlašovatel: DEKOR, spol. s r.o.

Použití: Prodejny DM SK

Charakteristika: Regálové vystavení pánské sekce holení v prodejnách DM SK. Jednoduché znázornění kompatibility holicích strojků od značek GILLETTE, PHILIPS, BALEA a WILKINSON. Kovová konstrukce s magnetickou grafikou, použití „Touch & Feel“ jednotek, díky nimž si zákazník může strojek vyzkoušet. Vystavení lze přizpůsobit na jednotlivé panely a kombinovat dle potřeby. Projekt byl realizován v roce 2019 na všech pobočkách drogerií DM SK (140 poboček).

48

STOJAN ZEWA BROCA

Zadavatel: Essity Czech Republic s.r.o.

Přihlašovatel: Authentica, s.r.o.

Autor: Authentica, s.r.o.

Materiály: Karton, plast, LED osvětlení

Použití: Interiérové, řetězce Ahold, Tesco CZ

Charakteristika: Také se Vám stalo, že jste nechali papírový kapesníček v kalhotách a ty hodili do pračky? Lepší otázka je určitě: „Kolikrát se Vám to stalo?“ Stojan na papírové kapesníčky Zewa komunikuje inovaci kapesníčků v podobě odolné vůči praní.

Spodní část stojanu je ve tvaru automatické pračky, ze které může zákazník bez problému vyndat kapesníčky, jako v reálném životě. Topkarta stojanu je doplněna o LED prvek, který poukazuje na uvedený benefit kapesníčků a zvyšuje visibilitu vystavení. LED diody nalezneme i v „bubnu pračky“.



KATEGORIE

F

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
DROGERIE, KOSMETIKAPOP AI
AWARDS

LANCÔME IDÔLE

Zadavatel: L'Oreal Rakousko

Přihlašovatel: Authentica, s.r.o.

Autor: L'Oreal Rakousko

Materiály: Karton, LED osvětlení, pohybový senzor, rozprašovací zařízení, kov, akrylát

Použití: Promo akce nového parfému

Charakteristika: Stojan Lancôme Idôle prezentuje nový francouzský parfém, jehož lahvičky jsou pouhých 15 milimetrů široké, což z Idôle dělá nejtenčí parfém na světě.

Kartonový stojan Lancôme slouží k prezentaci tohoto parfému, kdy na první pohled zaujme nejen luxusní, designové provedení, uprostřed prosvícený akrylátový kruh, ale především jeho funkce. Ve stojanu, který je pouhých 10 cm široký, je zabudovaný pohybový senzor s mechanikou a dózou až na 1 litr parfému. Po vložení ruky do akrylátového kruhu dojde automaticky k rozprašení vzorku parfému přímo na ruku zákazníka.

Díky pohybovému senzoru, zabudovanému v těle stojanu, má tak zákazník možnost testovat vzorek parfému originálním způsobem. Vývoj celého systému byl velmi náročný. Od zadání jsme měli necelé dva měsíce na vývoj tímto způsobem dosud nepoužitého rozprašovacího mechanismu, jeho testování a neustálé zdokonalování, po realizaci a expedici do dalších evropských států.

Výsledek však naplnil nejen klientovo očekávání, ale svou jedinečností zaujmul především zákazníky, což bylo cílem tohoto projektu.

49

KATEGORIE

G

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
PÉČE O ZDRAVÍPOP AI
AWARDS

PAMPERS KOLÉBKA

Zadavatel: Procter & Gamble - Rakona, s.r.o.

Přihlašovatel: DAGO s.r.o.

Autor: Dago Team

Materiály: lamino LTD, podlahová samolepka, svícení, LCD display, interaktivní jednotka

Použití: síť specializovaných prodejen Feedo

Charakteristika: Precizní provedení v jemných barvách, které jsou v souladu nejen s logem a duchem této prémiové značky, ale dávají vyniknout také čistotě, důležité především pro naše nejmenší. Dohromady s pocitem sucha je podstatou a hlavním posláním této produktové řady. Vystavení ve tvaru dětské kolébky je všerhající a společně s přehledným uspořádáním produktů dle kategorií podtrhuje celkový dojem naprosto dokonalé starostlivosti. V rámci celého vystavení nenajdete žádné ostré hrany, což vypovídá o smyslu pro detail a citu pro péči bez hranic. LCD displej Vás nenechá utopit se v moři informací a pomůže s výběrem těch pravých produktů. Jakmile zvednete ramínko s vybraným produktem, spustí se automaticky prezentace daného zboží včetně popisu, specifikace a také výčtu veškerých jeho benefitů. Nechybí také podsvícená plocha pro komunikaci, která ani v nejmenším nenarušuje celkový něžný vzhled vystavení.

50



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
PÉČE O ZDRAVÍ



POPAI
AWARDS



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
PÉČE O ZDRAVÍ



POPAI
AWARDS

51

PODLAHOVÝ STOJAN EXCLUSIVE

Zadavatel: VITAR, s.r.o.

Přihlašovatel: HORMA - P.O.P. Displays

Autor: HORMA - P.O.P. Displays

Materiály: kov, plast

Použití: interiérový prodej

Charakteristika: K uvedení nové řady produktů jsme měli za úkol navrhnout jedinečný a reprezentativní prodejní stojan. Proto vznikl stojan Exclusive, který si na nic nehraje a jasně prezentuje, co prodává. Charakteristický tvar šumivých tablet českého výrobce Vitar se promítl do vzhledu a atypických proporcí samotného stojanu. Díky své inovativní konstrukci je stojan i se svou subtilní základnou a kompaktními rozměry maximálně stabilní. Proto je možné jej jednoduše umístit do jakéhokoliv prostoru. Plášť stojanu je zároveň otočný, aby byla dosažena maximální přístupnost k velkému zásobníku produktů. Osvětlené police zase zaručují skvělý přehled o jednotlivých produktových řadách. Stojan je také opatřen speciálním metalickým polepem a 3D prvky, aby co nejvíce korespondoval svým vzhledem s nabízeným produktem. Díky těmto a dalším aspektům vznikl výjimečný prodejní prostředek, který důsledně plní své úkoly, jimiž jsou zvýšení prodeje a budování povědomí o značce.



52

DISPLEJ ETA SONETIC

Zadavatel: ETA, a.s.

Přihlašovatel: RETAIL OF THE FUTURE, s.r.o.

Autor: RETAIL OF THE FUTURE, s.r.o., BcA. Tomáš Palou

Materiály: Ohýbaný bílý plast, opalové plexisklo, zrcadlo, LED osvětlení, 3D logo

Použití: Elektro prodejny Česko, Slovensko

Charakteristika: „Eta je tady doma“, asi tak by se dalo zjednodušeně říci, že tato značka nesmí chybět na našem trhu, ani pokud jde o zubní hygienu. Letos jsme poprvé dostali důvěru a mohli navrhovat a vyrábět pro největšího českého výrobce domácích spotřebičů, prezentační displej pro sonické zubní kartáčky a zubní sprchy. Displej byl navržen ve dvou velikostech 900 a 1000 mm. Vyroben je z prémiového, ohýbaného bílého plastu. Zadní zeď je po obvodu nasvícena tlustým, opalovým rámem a celá její část je vybavena zrcadlem, které vytváří zajímavý efekt „nekonečna“. Uživatel je zvyklí na používání elektrických kartáčků před zrcadlem, zrcadlo použité u vystavení má navodit tuto atmosféru. Navíc se díky odrazu odhaluje i zadní strana produktů a není tedy nutné brát je do rukou. Autor pamatoval i na náročnější zákazníky, kteří si chtějí výrobek sami osahat, zkusit jeho ergonomii, váhu a samotné držení. Každý z vystavených vzorků je vybaven zabezpečovacím mechanickým zařízením. Prémiovost vystavení je umocněna minimalistickým pojetím. V obou velikostech displeje se nám povedlo vystavit stejné množství produktů a příslušenství. 4 produkty pro dospělé a 3 produkty pro děti. Čistota tvarů v kombinaci se středovým předělem v doplňkové modré barvě s umístěním 3D loga „ETA“. Předěl rozděluje displej na dvě části, pro dospělé a pro děti. Popisky a označení jednotlivých produktů jsou na vyvýšené části podsvícené LED světlem, tak aby se zákazník dokázal dokonale zorientovat v množství všech potřebných informací.

KATEGORIE
G

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
PÉČE O ZDRAVÍ



POPAI
AWARDS



SONICARE VYSTAVENÍ 2019

Zadavatel: Philips Česká republika s.r.o.

Přihlašovatel: Authentica, s.r.o.

Autor: Authentica, s.r.o.

Materiály: lamino, prosvětlovací plast, digi rámeček, LED osvětlení

Použití: Pultový stojan na obchody

Charakteristika: Philips Sonicare je autorem řady oblíbených Sonických elektrických zubních kartáčků a jejich inovativní sonická technologie přináší šetrnou péči o zuby a dásně.

Cílem vystavení bylo nabídnout zákazníkovi na jednom prostoru komplexní přehled těch nejlepších produktů Sonicare. Předvést prémiovost sonických kartáčků vč. možnosti si vyzkoušet jeho funkce a držení vč. výběru té nevhodnější hlavice na váš oblíbený kartáček. Dle zadání klienta jsme se snažili propojit produkty, materiály a celkový design vystavení tak, aby byl pro zákazníka co nejlépe přístupný a dokázal si intuitivně vybrat tu nejlepší variantu pro sebe. Vytvořili jsme policové vystavení Philips Sonicare pro síť elektro prodejen v Česku i na Slovensku.

Základem stojánku je lamino podstava v odstínu javor s prosvětleným akrylátem do hrany. V podstavě se ukrývá mnoho elektroniky pro správné nasvícení a nabíjení kartáčků. Vymyšlená do detailu je i možnost výměny kartáčku se skleničkami tak, aby se nenarušilo celé vystavení při výměně produktů.

Na zádech se objevuje prosvětlená grafika a celé vystavení podtrhuje ve své prezentaci i digitální rámeček s produktovým videem Philips Sonicare. Dominantou vystavení jsou prémiové řady Sonicare Diamond Clean, na které upozorňujeme podsvícením produktu.

53

KATEGORIE
H

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
DOMÁCÍ POTŘEBY,
BYTOVÉ DOPLŇKY, HOBBY



POPAI
AWARDS



ENDCAP NESCAFÉ DOLCE GUSTO

Zadavatel: Nestlé Slovensko s.r.o.

Přihlašovatel: DAGO s.r.o.

Autor: Dago Team

Materiály: lamino, plast, samolepka

Použití: tradiční trh (Slovenská Republika)

Charakteristika: Endcap značky Nescafé Dolce Gusto na první pohled působí čistě a uspořádaně. Toho je docíleno jednoduchým, avšak účelným designem a použitím bílé barvy. Kromě obvyklých hranatých tvarů disponuje také moderními oblými prvky hned v několika místech. Dominantní a zároveň vymykající se celému konceptu, jsou levitující kávové kapsle v dolní části. Makety kapslí této značky v nadživotní velikosti zcela zaručeně upoutají pozornost zákazníka. Ten má následně možnost prohlédnout si jak širokou nabídku kapslí, tak i několik variant těch nejlepších a nejmodernějších kávovarů. Ty se mohou stát nejen nedílnou součástí domácnosti jako takové, ale i nepostradatelným designovým bytovým doplňkem.

54



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
**DOMÁCÍ POTŘEBY,
BYTOVÉ DOPLŇKY, HOBBY**



POPAI
AWARDS



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
**DOMÁCÍ POTŘEBY,
BYTOVÉ DOPLŇKY, HOBBY**



POPAI
AWARDS

55



EXTOL ENERGY - PRODUKTOVÉ STOJANY NA BATERIE

Zadavatel: Madal Bal a.s.

Přihlašovatel: MORIS design s.r.o.

Autor: MORIS design s.r.o.

Materiály: kov, plast, magnet

Použití: partnerská síť prodejců baterií EXTOL

Charakteristika: Dosavadní neexistence jakékoli výraznější POS komunikace baterií EXTOL ENERGY vedla k zadání od výhradního distributora této značky na vytvoření on-site prezentace. Primární roli v zadání hrála univerzálnost umístění v prostoru pokladny v rámci širokého nejednotného spektra prodejen. V návaznosti na tento hlavní požadavek vznikly dva typy produktových stojanů. Varianta counter je tvořena stabilní kovovou konstrukcí a plastovými bočními panely s grafickým polepem. Druhým řešením je jednoduchý magnetický závěs čistě kovové konstrukce s magnetickými lištami pro vertikální uchycení. K současnému okamžiku bylo vyrobeno již 200 ks pro Českou republiku a Maďarsko ve variantě counter a 100 ks varianty s magnetickým závěsem.



56

GONDOLA ROWENTA

Zadavatel: Groupe SEB ČR s.r.o.

Přihlašovatel: SÁRA, s.r.o.

Autor: SÁRA, s.r.o.

Materiály: LTD, hliníkový profil, akryl, LED diody, kovová konstrukce, koberce, PVC podlaha, magnetické grafiky.

Použití: Gondola pro prezentaci různých typů vysavačů značky ROWENTA.

Charakteristika: Modře podsvětlená Gondola ROWENTA zaujme zákazníka už na dálku. Stojan jasně ale přitom nenuceně komunikuje benefity vystavených vysavačů, zároveň umožňuje vystavení různých typů (podlahové, tyčové i robotické).



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
**DOMÁCÍ POTŘEBY,
BYTOVÉ DOPLŇKY, HOBBY**



**POPAI
AWARDS**



57

LEDLENSER - DESIGN KONCEPT PRODUKTOVÝCH STOJANŮ

- Zadavatel:** Ledlenser GmbH & Co.
Příhlašovatel: MORIS design s.r.o.
Autor: MORIS design s.r.o.
Materiály: kov, dřevo, magnetická fólie, LED, karton (v závislosti na typu stojanu)
Použití: celosvětová partnerská síť prodejců Ledlenser
Charakteristika: Po 4 letech používání předešlého designu produktových permanentních stojanů se firma Ledlenser rozhodla pro celkový refresh jejich konceptu jak po stránce designu, tak funkčnosti. Novou tvář dostaly hned dvě produktové řady stojanů – counter (9 typů) a floor (7 typů). Jednoduchý, čistý design a barevnost navazuje na korporátní identitu značky a dává vyniknout vystaveným produktům. Funkčnost byla dosažena díky unikátnímu modulárnímu systému. Ten stojí na konfigurovatelnosti jednotlivých typů stojanů, rychlé a flexibilní výměně závěsných elementů a měnitelné grafice vyráběné na magnetickou fólii (v případě kovových typů stojanů). Lehká a rozložitelná konstrukce z recyklovatelných materiálů umožňuje jednoduchou a efektivní přepravu při minimálních nákladech. Podlahová série zahrnuje navíc dva kartonové displeje určené pro krátkodobé promo akce, jejichž výhodou jsou výrobní náklady a možnost kompletního potisku s ohledem na prezentovanou produktovou řadu. Sériová výroba pro všechny exportní země stále pokračuje.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
PET FOOD



**POPAI
AWARDS**



58



STOJAN BRIT FUNCTIONAL SNACKS

- Zadavatel:** VAFO PRAHA, s.r.o.
Příhlašovatel: DAGO s.r.o.
Autor: Dago Team
Materiály: dřevo, kov, plast, umělý trávník
Použití: hypermarkety, Pet Food Specialist
Charakteristika: Stojan Brit zasvěcený tím nejlepším a nejzdravějším pochoutkám pro Vaše čtyřnohé miláčky upoutá svým neobvyklým oblým tvarem. Velkou výhodou a zároveň cílem je možné umístění do prostoru, přičemž produkty jsou samozřejmě nabízené ze všech stran. Tráva ve spodní části evokuje přírodní suroviny, ze kterých se produkty vyrábí a zároveň vyvolává pocit svobody a nezaměnitelnou atmosféru, kterou zažíváte při toulkách přírodou, které společně zažíváte. Stojanu pak vévodí zlatavý model rozdávaného a šťastného psa v horní části, přesně takového jakého ho chcete a jakým bude s těmito dobrotami. Nejedná se totiž o standardní snacky, Brit Functional Snacks jsou zcela jiné, nutriční hodnotnější, výživnější a především zdravější! Nesmí se sice srovnávat s veterinárními snacky, ale jsou jim blízko. Vzhledem k absenci aktivního prodeje především v ČR je nutné tuto komunikaci nabídnout přímo na stojanu a alespoň krátkou formou vysvětlit jeho zdravotní benefity, složení a další důvody proč koupit zrovna tento snack, který bude Vašemu pejskovi tou nejzdravější odměnou. Záměrem je, aby nad produkty zákazník více přemýšlel, a tomu napomáhá komunikace na půlkruhových lištách, která ho zároveň automaticky navede na prohlídku celého portfolia ze všech stran. Kombinace svěží zelené (příroda) a žluté (slunce) barvy na podkladu dokresluje pozitivní vjem pro zájemce a empatii při výběru specifických funkčních produktů.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
PET FOOD



POPAI
AWARDS



SUPER ZOO - PET SEKCE

- Zadavatel:** SUPER PET a.s.
Přihlašovatel: MORIS design s.r.o.
Autor: MORIS design s.r.o.
Materiály: sklo, dřevo, plast, plech
Použití: prodejny chovatelských potřeb SUPER ZOO

Charakteristika: V rámci nové designové koncepce lídra na trhu chovatelský potřeby a PET byznysu SUPER ZOO byla speciální pozornost věnována prostorům pro jednotlivé kategorie živých zvířat. Pro vlnkovou loď této značky – prodejnu o rozloze 1000 m² v Praze na Zličíně - bylo navrženo a realizováno několik unikátních řešení. Impozantním prvkem umístěným v prostoru vstupu je hlodárium s dominující dekorací světelného stromu. Ten zároveň chytře vyplňuje a zútulňuje celý prostor vstupu s vysokým stropem. Design voliéry umístěné poblíž hlavního vchodu za účelem dosažení maximálního množství denního světla navazuje designem na vedlejší hlodárium. Speciální nábytkové stěny na míru pro terária a akvária jsou vzhledem k náročnosti používání výsledkem detailních návrhů a projektové technické dokumentace. Převažujícími materiály pro živé sekce jsou dřevo a sklo. V prostoru akvaristiky vznikla jako dominantna „mořské oko“, která v rámci chill-out zóny umožňuje ze sedačky nahlížet do celé sekce akvaristiky jakoby podmořským pohledem. Hlavním nositelem typického prvku celého konceptu – zaobleného tvaru - jsou produktové kovové regály, které tak diktují primární dojem a atmosféru konceptu. Regály jsou variabilní, snadno smontovatelné a lehce manipulovatelné.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
PET FOOD



POPAI
AWARDS



ENDCAP BEYOND

- Zadavatel:** Nestlé Česko, s.r.o.
Přihlašovatel: Authentica, s.r.o.
Autor: Authentica, s.r.o.
Materiály: Karton, plast, LED osvětlení
Použití: Interiérové, řetězce GLOBUS

Charakteristika: Věděli jste, že super-prémiové krmění pro psy je nyní k dostání také v běžném hypermarketu? Náš průzkum ukázal, že nakupující super-prémiových přírodních granulí pro psy tyto výrobky v běžném hypermarketu chtějí, ale protože netuší, že tam opravdu jsou, tak do petfood uličky běžně nechodí. Cílem vystavení bylo proto zajistit viditelnost na čele směrem do frekventovaných míst tak, aby o zboží zákazníci doslova zakopli. A zafungovalo to!

Brandovaná čela jednoduchým způsobem sdělují klíčové benefity krmiva, jako jsou losos nebo jehně v prvním místě ve složení. Pozadí tvoří farmářské prvky a nakupující si tak podvědomě zařadí výrobek do kategorie přírodních granulí, kam díky svému složení patří.

Dobře nasvícené kartonové vystavení s propracovanými detaily a tvarově velmi zajímavý středový prvek plný skutečných granulí BEYOND přidává okno na prémiovost a originalitu. Velikost čela byla flexibilně zvolena dle typu a velikosti prostoru.





TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
SLUŽBY



POPAI
AWARDS



61

VODAFONE NABÍDKA POD JEDNOU STŘECHOU

- Zadavatel:** Vodafone Czech Republic, s.r.o.
- Přihlašovatel:** WELLEN RETAIL EXPERIENCE
- Autor:** WELLEN RETAIL EXPERIENCE
- Materiály:** laminovaná MDF, MDF, lakovaný hliník
- Použití:** postupná realizace v celé prodejní síti Vodafone (2019/2020)
verze vystavení: Promokoutek malý (panel 60 cm), Promokoutek velký (panel 120 cm), Prostorové vystavení na promostolcích (120 cm), Letňany interaktivní promokoutek (480 cm), A-typy Vodafone OC Westfield, Benešov, NC Eden, Palladium, Vodafone HQ Stodůlky
- Charakteristika:** Vodafone je často zákazníky vnímán pouze jako poskytovatel mobilních služeb, přestože nabízí kompletní portfolio zahrnující jak tarifní řešení s neomezeným voláním a SMS, daty do mobilu i na doma, tak nabídku chytrých zařízení. Úkolem WELLENU bylo navrhnout prezentační prostor k představení ucelené nabídky operátora. Kreativní řešení symbolizující dům seznamuje zákazníka s kompletním balíčkem služeb „pod jednou střechou“, a to prostřednictvím vystavených technologií doplněných o komunikaci parametrů a jednotlivých služeb. Koncept vystavení WELLEN rozpracoval do několika velikostně odstupňovaných verzí, které postupně instaluje v celé prodejní síti klienta. Součástí všech vystavení je i 3D animace z dílny WELLENU, která představuje zákazníkovi detaily nabídky. WELLEN připravil kreativní návrh všech verzí vystavení, konstrukční výkresy pro jejich výrobu, průběžně vytváří animace do TV obrazovek, a zároveň zajišťuje tiskovou produkci i instalaci v celé prodejní síti Vodafone.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
SLUŽBY



POPAI
AWARDS



62

PREZENTAČNÍ STĚNA IOT TECHNOLOGIÍ

- Zadavatel:** Vodafone Czech Republic, s.r.o.
- Přihlašovatel:** WELLEN RETAIL EXPERIENCE
- Autor:** WELLEN RETAIL EXPERIENCE
- Materiály:** laminovaná dřevotřísková deska s polepem
- Použití:** dlouhodobá instalace ve One Net Centru Vodafone Praha
- Charakteristika:** Jak ukázat služby a produkt, na který se nedá sáhnout? Vodafone se rozhodl, že tak učiní pomocí technologií, kterými disponuje. One Net Centrum, je technologické srdce Vodafone, které navštěvují zejména business zákazníci. WELLEN navrhl a vytvořil edukativní stěnu s vystavením pokročilých inteligentních technologií a zařízení. Vše je intuitivní a přehledné, zákazníci i zaměstnanci se mohou vystavených prvků dotýkat. Jako doplnění slouží QR kódy, pomocí kterých je možné se dozvědět mnoho užitečných detailů. Vystavení je koncipováno jako dlouhodobé, jednotlivá zařízení proto lze jednoduše vyměnit nebo doplnit.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
ELEKTRONIKA, IT PRODUKTY



POPAI
AWARDS



63

ENDCAP IQOS

Zadavatel: PHILIP MORRIS ČR a.s.

Příhlašovatel: DAGO s.r.o.

Autor: Dago Team

Materiály: lamino, dibond, plast, svícení, nerezový plech

Použití: letiště Václava Havla

Charakteristika: Regálový endcap IQOS pro prodejny na pražském letišti je ztělesněním minimalismu a dobrého vkusu. Čistá bílá barva se snoubí s prémiovostí lesklého nerez a nasvícení nejen loga, ale i polic dodává vystavení punc luxusu. Z takového provedení nemohou vystupovat žádné rušivé elementy. Zboží je pečlivě seřazeno a prezentováno zákazníkům přehledně a ukázkově. Ti si mohou nejen prohlédnout, ale dokonce i vyzkoušet všechny tzv. „devices“, kterých tato značka nabízí hned několik, a to v opravdu nádherném a moderním designu. Zařízení jsou umístěna ve vrchní polici tak, aby byla oku zákazníka co nejbližší. Díky unikátní zabezpečovací technologii mohou nakupující prozkoumat i tak malou elektroniku zcela bezpečně. Co dodat, v jednoduchosti je krása! A pokud je navíc provázána s nejmodernějšími technologiemi, týkajícími se jak vystavení, tak produktu samotného, je to velké plus.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
ELEKTRONIKA, IT PRODUKTY



POPAI
AWARDS



64

INTERAKTIVNÍ STOJAN PRO AKG SLUCHÁTKA

Zadavatel: Samsung Electronics Czech and Slovak

Příhlašovatel: Cheil Czech and Slovak

Autor: RX Team Cheil Czech and Slovak

Materiály: Plast, kov, papír, elektronické součástky

Použití: Stojan slouží k prezentaci nové řady sluchátek AKG ve značkových prodejnách Samsung a u smluvních prodejců.

Charakteristika: Na stojanu jsou vystavena sluchátka AKG, konkrétně modely N700 a Y500. Interaktivní stojan umožňuje zákazníkům vyzkoušet sluchátka poslechem hudby přímo na místě prodeje. Původní projekt, stejně jako jeho realizace, je dílem týmu Cheil Czech and Slovak. Značka AKG je součástí společnosti Samsung.



65

STOJAN PRO PREZENTACI OPTICKÉHO STABILIZÁTORU GALAXY S10+

Zadavatel: Samsung Electronics Czech and Slovak

Příhlašovatel: Cheil Czech and Slovak

Autor: Cheil Czech and Slovak

Materiály: Plast, kov, papír, elektronické součástky

Použití: Úkolem stojanu je názorně demonstrovat novou funkci telefonu Samsung Galaxy S10+ - optický video stabilizátor.

Charakteristika: Na stojanu jsou instalovány dva telefony – Galaxy S9+ a Galaxy S10+. Oba současně natáčejí pohyblivý se objekt umístěný před nimi. Výsledný videozáznam ukazuje perfektní kvalitu obrazu pořízeného s optickým stabilizátorem modelu Galaxy S10+. Zároveň je zde prezentován vývojový pokrok ve srovnání se starším modelem. Původní projekt, stejně jako jeho realizace, je dílem týmu Cheil Czech and Slovak. Zařízení bylo vyvinuto exkluzivně pro Samsung Brand Store Chodov.



66

INTERAKTIVNÍ PODSTAVEC PRO GALAXY A7 A A9

Zadavatel: Samsung Electronics Czech and Slovak

Příhlašovatel: Cheil Czech and Slovak

Autor: RX team Cheil Czech and Slovak

Materiály: Plast, kov, papír, elektronické součástky

Použití: Podstavec pro dva telefony Samsung Galaxy A7 and A9 prezentuje výhody nové kamery s širokoúhlým snímáním. Použití ve značkových prodejnách Samsung a u smluvních prodejců.

Charakteristika: Lokálně vyvinutý podstavec sloužící pro prezentaci nových barevných odstínů telefonů Galaxy A7 a A9, ale především jejich kamery s širokoúhlým snímáním. Vysunutím části obrázku na podstavci získá zákazník názornou představu o možnostech širokoúhlého záběru ve srovnání se standardním. Původní projekt, stejně jako jeho realizace, je dílem týmu Cheil Czech and Slovak.

KATEGORIE

L

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
ELEKTRONIKA, IT PRODUKTYPOP AI
AWARDS

OSTROV LA SPECIALISTA

Zadavatel: DeLonghi Group

Přihlašovatel: RETAIL OF THE FUTURE, s.r.o.

Autor: RETAIL OF THE FUTURE, s.r.o.

Materiály: Prémiové lamino, lakovaná MDF, kov, LED světlo, screen, na míru navržený dávkovač kelímků, zabudovaná lednice, brandy

Použití: Elektro prodejny Česko, Slovensko (50 ks)

Charakteristika: Společnost DeLonghi uvedla letos na trh svůj nejpremiovější pákový kávovar La Specialista pro ty nejnáročnější zákazníky. U této příležitosti jsme navrhli ostrov, na kterém je možné prezentovat nejen samotný kávovar, ale slouží také k promo akcím. Cílem prezentace bylo napodobit barový pult v kavárně, kde se používají ty nejlepší kávovary. Ve stolu je zabudovaná lednice a na míru vyrobený šuplík na kávovou sedlinu. Kromě úložného prostoru pro promo akce, jsme dokázali na malém prostoru vytvořit místo samotným kávovarům pro zákazníky. Masivní konstrukce stolu v provedení imitace betonu je doplněna korporátní barvou značky, brandy a screenem. V horní části je na míru vytvořený dávkovač kelímků pro promo akce, doplněný podsvícenou plochou na vystavení veškerého příslušenství. Tím, že jsme stůl koncipovali jako ostrov, jeho využití v retailu je univerzální a vhodné pro všechny typy prodejen. Designové provedení a technická dokonalost islandu La Specialista je podtržena samotným kávovarem značky DeLonghi, která je dlouhodobě jedničkou na trhu s kávovary.

67

KATEGORIE

L

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
ELEKTRONIKA, IT PRODUKTYPOP AI
AWARDS

STOJAN NA MOBILNÍ TELEFONY SAMSUNG

Zadavatel: Formes & Sculptures

Přihlašovatel: UNIBON s.r.o.

Autor: Samsung / Cheil Francie

Materiály: Lakovaný kov, plast, podsvícená grafika, LED osvětlení

Použití: Prodejny s elektronikou

Charakteristika: Samostatně stojící displej umožňující premiovou prezentaci vybraných modelů mobilních telefonů

68

**69**

NIKE FREE 5.0 IN-SHOP KAMPAŇ

- Zadavatel:** NIKE CEE
Přihlašovatel: WELLEN RETAIL EXPERIENCE
Autor: WELLEN RETAIL EXPERIENCE
Materiály: dřevo, lamino, forex, PVC fólie, přírodniny: kameny, mech, písek, živé květiny
Použití: běžecká speciálka Top4Running, Praha; běžecká speciálka Sklep Biegacza, Warszawa-Powisłe

Charakteristika: Na jaře 2019 připravil WELLEN in-store podporu k uvedení nového modelu běžecké boty NIKE Free 5.0 na českém a polském trhu. Hlavním atributem novinky v barefoot kolekci byla speciálně tvarovaná podrážka navozující autentický pocit běhu naboso. Všechny kampaňové elementy proto evokovaly návrat „ke kořenům“, přírodě a přirozenosti pohybu. Hlavní roli v instalaci proto sehrály přírodniny: mech, písek, dřevo nebo živé květiny. Přírodní odkaz promítl WELLEN i do dominantního prvku celého vystavení – modelu boty ve skutečné velikosti, detailně propracovaného a ručně vyřezaného z jednoho kusu dřeva. Celkový dojem dokreslila tematická grafika a informace o produktu podané formou příběhu. Kampaň Nike Free 5.0 WELLEN navrhnul a realizoval ve vstupní zóně pražské běžecké speciálky Top4Running, adaptaci v menším rozsahu pak představil ve varšavském Powisłe.

**70**

MVMT SHOP IN SHOP

- Zadavatel:** Movement Watch Co.
Přihlašovatel: DEKOR, spol. s r. o.
Použití: Shop in shop, retailové vystavení
Charakteristika: Pilotní projekt retailového vystavení hodinek značky MVMT z Los Angeles, USA. Značka ke svému marketingu nejprve využívala on-line a sociálních médií. Po sloučení s Movado hledala retailový koncept. Ten byl navržen v USA a veškerý inženýring, výrobu a instalaci SIS v Davosu ve Švýcarsku zastrešovala firma Dekor, spol. s r. o. Pro prezentaci shop-in-shop na 20 m² bylo použito několik modulů s převládající povrchovou úpravou betonové stěrky, překližky a železného rámu v černém provedení. Uzamykatelné vitríny byly opatřeny zámkem s bezpečnostním sklem. Všechny moduly jsou nasvětleny LED technologií. Dvě zadní vitríny obsahovaly Story Boxy, které za pomoci technologie průhledného LCD umožnily vystavení produktů dynamickým a inovativním způsobem. V zadní části byl dominantou velký prosvětlený lightbox s textilní grafikou.

KATEGORIE
N

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
**SVĚTELNÁ KOMUNIKACE,
ORIENTAČNÍ A INFORMAČNÍ SYSTÉMY**



POPAI
AWARDS



HOLOGRAFICKÁ
ANIMACE

PALETOVÝ OSTROV JÄGERMEISTER

Zadavatel: Mast-Jaegermeister CZ s.r.o.

Přihlašovatel: DAGO s.r.o.

Autor: Dago Team

Materiály: lamino, plast karton, potištěné plexisklo, dibond, gravírované plexisklo, laserové podsvícené logo

Použití: Hypermarkety

Charakteristika: Paletový ostrov Jägermeister je dokonalou harmonií hned několika druhů světelných efektů, materiálu a tvaru. Středová kruhová část je ve stoprocentním kontrastu se zbytkem vystavení, který se skládá z bezpočtu pravých úhlů. Nedílnou součástí vystavení jsou loga Jägermeister s jejich unikátním jelenem, jež jsou vyhotovená ze zlatého škrábaného dibondu s plexisklem. Chladný a ledový pocit připomínající, že nejlépe si nápoj zákazníci vychutnají vychlazený s ledem, potvrzuje integrovaný mrazák. Dalším dominantním prvkem jsou hned dva světelní jeleni. Typické symboly tohoto bylinného likéru s hořkou a kořenitou chutí jsou zhotoveny z gravírovaného plexiskla. Ve středové kruhové části završuje toto mistrovské dílo holografická animace, která byla vytvořena přesně na míru dle požadavků klienta. Zobrazuje velkolepý příchod jelena, který vydechne směrem k lahvi Jägermeister ledovou mlhu, čímž nápoj ledově namrazí na -18 °C, přesně dle doporučené teploty výrobce. Nutno zmínit, že vlastní prezentaci této holografické animace musí doprovázet také hned několik bezpečnostních prvků. Toto ojedinělé a unikátní, v České Republice pravděpodobně i první, POP médium s aplikací skutečné holografické projekce ukazuje, že i různorodá kombinace tvarů, materiálů a technologií dokáže vytvořit originální harmonický celek, který v místě prodeje nejen překvapí, ale také za sebou zanechá v paměti zákazníků emoční stopu ve prospěch prezentované značky!

71

KATEGORIE
N

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
**SVĚTELNÁ KOMUNIKACE,
ORIENTAČNÍ A INFORMAČNÍ SYSTÉMY**



POPAI
AWARDS



PERMANENTNÍ STOJAN BLACK FOX

Zadavatel: STOCK Plzeň - Božkov, s.r.o.

Přihlašovatel: DAGO s.r.o.

Autor: Dago Team

Materiál: lamino, lakovaná MDF, opálové a luminiscenční plexisklo

Použití: řetězec Billa

Charakteristika: Vytvořit tmavou, tajemnou atmosféru lesa, ve kterém člověk v dálce vidí pouze zelené liščí oči, bylo hlavním cílem tohoto unikátního POS materiálu. Tato zelená barva kontrastuje společně s černou na celém stojanu. Díky využití luminiscenčního zeleného plexiskla budí police dojem, jako by byly také světelné. Jednou z dominant tohoto vystavení je topper vyrobený z opálového plexiskla, potištěného sítotiskem, kde celá tato plocha je podsvícena LED diody, což na první pohled upoutá pozornost nakupujících. Možná ještě zajímavější je však vakuovaná lahev přesně dle reálné lahve Black Fox, jenž je doplněna o podsvícení s kombinací zeleného plexiskla, čímž vytváří neuvěřitelnou zelenou auru. Pojďte se s námi přenést do temnot lesa a vychutnejte si pozorování divé zvěře společně s tímto lahodným likérem.

72



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
VYBAVENÍ INTERIÉRŮ OBCHODŮ



POPAI
AWARDS



PRODEJNÍ STŮL YOURTABLE T.01

- Zadavatel:** Wanzl spol. s r.o.
Přihlašovatel: Wanzl spol. s r.o.
Autor: Wanzl spol. s r.o.
Materiály: Kov, dřevo
Použití: DELMART, YEME a další

Charakteristika: Multifunkční prodejní stůl YourTable T.01 zvyšuje impulzivní nákupy díky flexibilní prezentaci a umístění zboží na sekundární ploše v prodejně. Lze ho použít na různý sortiment, ať už pro emotivní představení specialit, sezónní nabídku nebo pro cenové akce na podporu prodeje. V kombinaci s různými komponenty přináší velkou svobodu pro kreativní aranžování. Bez použití nářadí YourTable změňte a rozšířte o další příslušenství jen několika málo hmaty.

73



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
VYBAVENÍ INTERIÉRŮ OBCHODŮ



POPAI
AWARDS



HURBAN LEGEND

- Zadavatel:** Heineken Slovensko
Přihlašovatel: ROSS s.r.o.
Autor: ROSS s.r.o.
Materiály: drevotrieska, komatex
Použití: Prezentácia produktov v supermarketoch

Charakteristika: Pri výrobe displeju, ktorý slúži na prezentáciu prémiového piva, sme sa v Rosse rozhodli uprednostniť drevené prevedenie pred kartónovým riešením. Dřevo je trvácnejšie, dodáva stojanu na exkluzivite a zároveň je stále cenovo dostupné. Displej je tvorený tromi posunutými kockami a tak vytvárajú neobyčajné prevedenie, ktoré zaujme zákazníka. Motívy dodávajúce historický nádych sú prevedené kvalitnou digitálnou tlačou. Personalizované riešenie sme vyrobili na mieru, tak aby čo najlepšie podporilo nový produkt a zároveň bolo aj praktické a originálne. Hurban Legend stojan môžete nájsť vo viac ako 100 obchodoch po celom Slovensku.

74



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
VYBAVENÍ INTERIÉRŮ OBCHODŮ



POPAI
AWARDS



PIVNÍ SUVENÝRY

- Zadavatel:** Plzeňský Prazdroj, a.s.
Přihlašovatel: Plzeňský Prazdroj, a.s.
Autor: MORIS design s.r.o.
Materiály: kov, dřevo, PVC
Použití: hypermarkety - realizace proběhne v Q4/2019

Charakteristika: Regál s pivními suvenýry Pilsner Urquell přináší spotřebitelům možnost zakoupit si pivní suvenýry i v hypermarketech, kde dříve tuto možnost neměli. Jednoduchý design v motivech dřeva a kovu nabízí dostatek prostoru pro nabízené zboží. Po obvodu regálů je vedena lišta s bílým LED osvětlením, které v prostoru nenuceně zaujme pozornost nakupujících. Regál je navržen tak, aby byl snadno použitelný i pro jiné značky z našeho portfolia.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
VYBAVENÍ INTERIÉRŮ OBCHODŮ



POPAI
AWARDS



SAMSUNG BRANDSTORE PLZEŇ - DESIGN INTERIÉRU A PRODEJNÍCH STOJANŮ



- Zadavatel:** Samsung Electronics Czech and Slovak
Přihlašovatel: Cheil Czech and Slovak
Autor: RX team Cheil Czech and Slovak
Materiály: kov, plast, dřevo, sklo, plexisklo, elektronická zařízení
Použití: Samsung Brandstore v Plzni byl otevřen v roce 2019. Veškeré prvky interiérového designu včetně stojanů na produkty a stolů byly vyprojektovány a realizovány lokálním RX týmem agentury Cheil Czech and Slovak.
Charakteristika: Projekt kruhových stolů pro produkty Samsung byl navržen a realizován exkluzivně pro plzeňskou prodejnu. Produkty byly instalovány tak, aby vedly zákazníka na cestě od mobilních zařízení přes hodinky, náramky, televize, až k domácím spotřebičům. Samsung Brandstore představuje řadu inovativních produktů ve více odděleních pod jednou střechou. Dřevěné prvky v kontrastu se zářivě bílým povrchem podtrhují prémiovost značky. Pozitivní osobní zkušenost při návštěvě prodejny spolu s nenásilným způsobem prezentace špičkových produktů umožňují, aby zákazník strávil v nové prodejně více času.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
VYBAVENÍ INTERIÉRŮ OBCHODŮ



POPAI
AWARDS



SUPER ZOO - DESIGN KONCEPT

Zadavatel: SUPER PET a.s.

Přihlašovatel: MORIS design s.r.o.

Autor: MORIS design s.r.o.

Materiály: dřevo, kov, sklo, plast

Použití: prodejny chovatelských potřeb SUPER ZOO

Charakteristika: Zbrusu nový in-store koncept pro lídra na poli PET byznysu SUPER ZOO je součástí kompletní změny vizuální komunikace značky. MORIS design inicioval přeměnu sítě prodejen od nového loga, přes korporátní identitu až po nový design konceptu sítě prodejen. Projekt odstartoval důkladným store-checkem provedeným v 5ti zemích. Z jeho závěrů vychází nový design založený na silně emočním prostředí a autentické přírodě uvnitř obchodu. Koncept staví na velkorysém dělení prostoru v kombinaci s přehledným značením jednotlivých prodejních kategorií, kvalitním provedením materiálů či zvukové kulise lesa nebo džungle. Velká pozornost byla věnována sekci živých zvířat, kde hlavním cílem bylo vytvořit co nejpřirozenější a bezpečné prostředí a současně umožnit zákazníkům pohodlný výběr s příjemnou atmosférou. Dle nejnovějších informací tato sekce sklízí nadšení zákazníků i rekordy v návštěvnosti. Sekce akvaristiky a teraristiky je pojata jako odpočinková zóna, kde se lze pohodlně usadit na sedačce a pozorovat život v akváriích kolem sebe. Za účelem maximálního vytěžení prostoru jsou jednotlivé regály v každé sekci speciálně prověřeny z pohledu optimální obloženosti a za účelem minimalizace náročnosti jejich obsluhy. V prodejnách bylo změněno plošné svícení na bodové a doplněno výkonnými neoslňujícími liniovými světly v uličkách. Tím byla zvýšena variabilita osvětlení např. v souvislosti s promo akcemi a změnami sezónní komunikace a celkově dosaženo silné prostorové atmosféry. Pokladní zóna byla navržena ve spolupráci s reálnou obsluhou a řešení je variabilní dle velikosti prodejny. Důmyslným propojením jednotlivých koncepčních detailů in-store řešení vzniká s každou další pobočkou inspirativní a nadčasová obchodní síť v oblasti PET a chovatelských potřeb. Díky intenzivní 6ti měsíční spolupráci mezi MORIS design a klientem bylo dosaženo výsledku, který překonal všechna očekávání. První prodejna – vlajková loď v Praze na Zličíně o rozloze 1 000 m² navýšila prodeje o 30 %. Do konce roku 2019 bude realizováno celkem 20 prodejen v ČR a roll-out konceptu bude pokračovat i v roce 2020.

77



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
VYBAVENÍ INTERIÉRŮ OBCHODŮ



POPAI
AWARDS



78

END CAP GAMBRINUS

Zadavatel: Plzeňský Prazdroj Slovensko, a. s.

Přihlašovatel: Plzeňský Prazdroj Slovensko, a. s.

Autor: Plzeňský Prazdroj Slovensko, a. s. - Wilson & Brown

Materiály: kov, plast, LED + individuálně dekorácie

Použití: COOP Jednota

Charakteristika: Cieľom tohto projektu bolo vyvážiť priestor pre vystavené produkty a pre kľúčové elementy súvisiace so značkou Gambrinus. Značka je venovaná horná časť stojanu, ktorá je na úrovni očí, s vyobrazeným 3D elementom patróna tak, aby u spotrebiteľov vzbudzovala svoju veľkosť, akým patrón vystupuje aj v ostatných médiách. V pravom hornom rohu je LED tabuľa. Grafiku v tabuľi je možné obmieňať, vďaka čomu je možné komunikovať kampane šité na mieru priamo v mieste predaja. Produkty na policiach sú podsvietené LED diódami. Na END CAP-e je použitých viac materiálov, ako kov, plast, LED – individuálne dekorácie. Snažili sme sa zachovať pôvodné farby a prvky, aby si stojan a značka udržali svoj originálny vzhľad.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
VYBAVENÍ INTERIÉRŮ OBCHODŮ



POPAI
AWARDS



79

VYBAVENÍ PRODEJNY VELTA FREE SHOP

- Zadavatel:** Velta Free Shop
Přihlašovatel: UNIBON s.r.o.
Autor: UNIBON
Materiály: Laminovaná dřevotřískka, lakovaná ocel, plast, LED osvětlení
Použití: Nábytek pro vystavení a prodej multi-sortimentního zboží
Charakteristika: Komplexní řešení celé prodejny, jednotný design přizpůsobený různým sortimentům



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
VYBAVENÍ INTERIÉRŮ OBCHODŮ



POPAI
AWARDS



PRODEJNA APPESSORIES

80

- Zadavatel:** Zentify, s.r.o.
Přihlašovatel: RETAIL OF THE FUTURE, s.r.o.
Autor: RETAIL OF THE FUTURE, s.r.o., BcA. Tomáš Palou
Materiály: DTDL, lamino, sklo, opálové plexisklo, perodrážkový systém, 3D brandy
Použití: Prodejna v novém OC v Praze na Letné
Charakteristika: Společnost Zentify je provozovatelem prodejny s příslušenstvím pro značku Apple. V rámci Fit out projektů jsme navrhli a zrealizovali pro klienta interiérovou studii nové prodejny v OC na pražské Letné. Velikost prodejny jako i její dispoziční řešení, dané developerským projektem, bylo největším „oříškem“ pro smysluplné rozložení všech prodejních míst. Na malé ploše o rozloze 40m² jsme dokázali umístit všechny produkty, které klient požadoval. Po stranách jsme vytvořili zabudované regálové multifunkční stěny s různými typy uložení a vystavení zboží. Některé zboží je volně vystavené, zabezpečené speciální chráničkou vůči odcizení, jiné prémiové je v uzamčených prosklených vitrínách. Tím, že zadní čela regálů jsou vybavená perodrážkovým systémem, umožňují velký stupeň variability vystavení jednotlivých položek. Navíc jsou vitríny nasvícené a v jejich spodní části jsou úložné skladové prostory. Součástí obchodu je zadní zeď s prodejním pultem pro obsluhu, doplněná o světlý keder s výměnitelnou grafikou. Dominantou celé prodejny je soustava ostrovů, vytvořená v různých výškách s prosvětlenou vrchní deskou na prezentaci prémiového zboží. Za dělicí zdi z SDK je vytvořen malý sklad a zázemí pro personál.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
**PROSTŘEDKY PRO SLUŽBY
PODPORY PRODEJE**



POPAI
AWARDS



81

SHOP IN SHOP "GRILOVÁNÍ"

Zadavatel: Coca-Cola HBC Česko a Slovensko, s.r.o.

Příhlašovatel: DAGO s.r.o.

Autor: Dago Team

Materiály: dřevo, voština, reálný gril, podlahová samolepka, potisk

Použití: hypermarkety

Charakteristika: Tematický shop in shop je multifunkčním vystavením, které lze použít jako prodejní ostrov, ale také jako promoční vybavení pro hostesky v rámci různých akcí a kampaní. Vzdušné vystavení je zaměřené na jedno z hlavních letních lákadél – grilování. Tento shop in shop nabízí oboustranné využití prostoru pro produkty v PET lahvích i plechovkách. Provedení s klasicky letními prvky jako je světelný řetěz, tráva a našťipané dřevo v zákazníkovi vyvolává uvolněnou a příjemnou atmosféru. Prostřený stůl láká Vás i Vaše kamarády a známé k posezení u těch největších dobrot, ke kterým patří ten správný nápoj. Vedle toho je jistou návnadou pro Vaše chuťové buňky i umístění kotlet přímo v grilu. Tento důležitý prvek, kterému nelze odolat, vyvolává v zákazníkovi okamžitou reakci a pobízí ke koupi. Celé vystavení disponuje také zobrazením momentu spotřeby, který dokresluje celé vzezření a podporuje samotný prodej.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
**PROSTŘEDKY PRO SLUŽBY
PODPORY PRODEJE**



POPAI
AWARDS



82

BOMBAY SAPPHIRE

Zadavatel: K O F T, S.R.O

Příhlašovatel: ROSS s.r.o.

Autor: ROSS s.r.o.

Materiály: hliník, dibond, dřevotrieska, opál

Použití: Prezentácia na akciách a konferenciách

Charakteristika: Mobilná svetelná prezentačná stena - podsvietený skladač paraván, z produkcie Ross prezentuje produkty s výrazným akcentom na značku, brand na rôznych eventoch, konferenciách a výstavách. Paraván slúži ako prezentér pre spoločnosť BOMBAY, ktorá ním prezentuje prémiový alkohol na predajných akciách. Využitie paravanu je možné modifikovať na prezentovanie rôznych druhov tovarov. Stena je ľahko skladateľná, čo umožňuje aj dômyselný systém sklápania políc, po uzavretí vytvorí box, ktorý bezpečne chráni vnútorné prvky mobilného prezentéru a ľahko sa umiestni do prenosnej tašky – obalu. Konštrukcia je navrhnutá z ľahkých, ale odolných materiálov – hliník, plast, drevo, doplnená o systém podsvietenia pre zdôraznenie, či už značky, alebo prémiových produktov. Skladač paraván je príkladom toho, že produkt môže byť prezentovaný s jednoduchosťou a zároveň efektívne.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
**PROSTŘEDKY PRO SLUŽBY
PODPORY PRODEJE**



POPAI
AWARDS



83

MODULÁRNÍ POP SYSTÉM PRO DOMÁCÍ SPOTŘEBIČE SAMSUNG

- Zadavatel:** Samsung Electronics Czech and Slovak
Přihlašovatel: Cheil Czech and Slovak
Autor: RX Team Cheil Czech and Slovak
Materiály: plast, metalický povrch, papír
Použití: Modulární POP systém byl vytvořen na základě klientovy potřeby prezentovat hlavní USP domácích spotřebičů Samsung na prodejních smluvních partnerů v ČR a na Slovensku. Požadavkem byla jednoduchost a prémiovost
Charakteristika: POP materiály byly vytištěny na reflexním materiálu s barevnými akcenty, přičemž dominantní barvou byla černá, ve shodě s grafickým stylem značky. POP pro ledničky byly vytištěny na magnetickém materiálu. POP pro pračky a sušičky byly vyrobeny ve specifických velikostech z prémiového papíru. Všechna POP byla vytvořena ve formě modulárního systému, který prodejčům umožňuje variabilní obměnu v závislosti na konkrétním produktu a jeho USP. Vizualní styl, design a výroba všech materiálů je dílem týmu Cheil Czech and Slovak.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
**PROSTŘEDKY PRO SLUŽBY
PODPORY PRODEJE**



POPAI
AWARDS



84

X-DARTS

- Zadavatel:** Plzeňský Prazdroj, a.s.
Přihlašovatel: Plzeňský Prazdroj, a.s.
Autor: HAZE agency s.r.o. (vývoj, produkce)
Materiály: kov, plast
Použití: Použití na vybraných outletech, aktivacích a eventech
Charakteristika: Specifické šipky X-darts, které zároveň plní funkci vizibilního prvku. Možnost pořádání na daných outletech turnaje, pod značkou Excelent a tím budování povědomí o značce.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
**PROSTŘEDKY PRO SLUŽBY
PODPORY PRODEJE**



**POPAI
AWARDS**



85

PRODEJNÍ A PROMOČNÍ OBAL

Zadavatel: Sawpi s.r.o.

Přihlašovatel: THIMM THE HIGHPACK GROUP

Autor: THIMM THE HIGHPACK GROUP

Materiály: vlnitá lepenka

Použití: Promo akce v místě prodeje, v restauracích

Charakteristika: Prodejní a promoční obal na lahve nabízí rozmanité možnosti použití pro promoční akce, představení nového sortimentu výrobků, sezónní kampaně nebo jednoduše jako dárek. Speciální konstrukce z vlnité lepenky je optimální pro různé akce pro podporu prodeje nápojů. Obal na lahve lze celoplošně potisknout, čímž se nabízí velká reklamní plocha s vysokým komunikačním potenciálem. Zákazníci může nadchnout kvalitní a výrazný digitální potisk, jehož výhodou je i variabilita. Každá lahev totiž může mít jedinečný potisk, což umožňuje personalizaci obalů. Obal lze také využít třeba jako herní figurku. Například pro pivovar Martins THIMM vytvořili verzi jedné z neznámějších deskových her „Člověče, nezlob se!“, kdy byl obal doplněn lahví piva využit jako hrací figurka. Herní deska s unikátním potiskem je vyrobená z vlnité lepenky. V Pivovaru Martins si tak mohou hosté zpříjemnit dobu strávenou v pivnici hrou. Hra v pivnici přirozeně podporuje prodej piva, přičemž obal si zákazníci mohou odnést jako suvenýr. Paleta využití obalu je téměř nevyčerpatelná!



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
**PROSTŘEDKY PRO SLUŽBY
PODPORY PRODEJE**



**POPAI
AWARDS**



86

NADROZMĚRNÝ PŮLLITR

Zadavatel: Asahi Brand Europe a.s.

Přihlašovatel: Sprint Trading s.r.o.

Autor: Tým Sprint Trading

Materiály: Karton

Použití: Podpora prodeje a komunikace na vybraných obchodech v Německu

Charakteristika: Tento exkluzivní 3D kartonový model pivního půllitru ve zvětšeném měřítku byl vyvinut pro novou a neotřelou propagaci značky Pilsner Urquell ve vybraných obchodech na německém trhu. 3D model pivního půllitru byl součástí exkluzivního vystavení, které spotřebitelům umožnilo pochopit spojení pěny s dokonalým zážitkem z chuti piva Pilsner Urquell. Pilsner Urquell je jedním z lídrů na mezinárodním trhu piv s nejvyšší kvalitou piva, stejné nároky jsme kladli i na tento projekt. Vzhledem k nevhodnosti plastových či kovových komponentů jsme se rozhodli pro výzvu a tento velkolepý 3D model navrhli z kartonu, který má však své technické limity. Navzdory komplikacím jsme vytvořili realistický model, který spolehlivě přiláká náročného německého zákazníka. Půllitr byl viditelný i z dálky a splnil cíl propagace - zvýšit povědomí pivních nadšenců o výjimečném pivním zážitku s hustou pěnou.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
**PROSTŘEDKY PRO SLUŽBY
PODPORY PRODEJE**



POPAI
AWARDS



87

CAMEL GAME

Zadavatel: JT International spol. s r.o.

Přihlašovatel: Sprint Trading s.r.o.

Autor: Tým Sprint Trading

Materiály: Plast, Kov, Dibond

Použití: Komunikační prostředek pro podporu značky Camel na letních festivalech

Charakteristika: Zastav se a užij si zábavu s přáteli! Cílem instalace bylo zprostředkovat jedinečný zábavný, tematický zážitek se značkou Camel, což se beze zbytku podařilo. Vyvinuli jsme originální hru, která se stala součástí „Camel plážového baru“ a bavila návštěvníky letních festivalů. Cílem hry je soutěž mezi návštěvníky o to, kdo nejrychleji provlékne speciální rukojeť s okem celou konstrukcí velblouda – samozřejmě bez kontaktu s konstrukcí. Při spuštění hry se zároveň spustí časomíra. V případě kontaktu (dotyku) s konstrukcí dojde k zastavení časomíry, změně barevného podsvícení a navíc zazní zvukový signál, který upozorňuje na chybu. Venkovní prostředí letních festivalů je velmi náročné, proto je hra naprosto bezobslužná, snadno ovladatelná, osvětlená, vodě odolná a dostatečně bytelná.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
**PROSTŘEDKY PRO SLUŽBY
PODPORY PRODEJE**



POPAI
AWARDS



88



BAILEYS PALETOVÉ VYSTAVENÍ

Zadavatel: STOCK Plzeň – Božkov s. r. o.

Přihlašovatel: Authentica, s.r.o.

Autor: Authentica, s.r.o.

Materiály: Lamino, překližka, plast

Použití: Paletové vystavení

Charakteristika: Se společností STOCK Plzeň – Božkov s.r.o. jsme připravili permanentní paletové vystavení Baileys pro opakované využití na trhu. Cílem tedy byla nejen celková pevnost a možnost jednoduchých oprav před jeho dalším umístěním, ale také, aby vystavení připomínalo zamýšlený styl "Brussels bakery", cukrárny, či zmrzlinového vozíku. Smysl pro detail lze podtrhnout ať již pogumovanými kolečky, stříškou z banneroviny, která přibližuje vzhled právě cukrářskému či zmrzlinovému vozíku, tak umístěním sladkostí (fake food), které odpovídají navrženému podávání Baileys. Cupcaky jsou doplněny stylovým akrylátovým podnosem, ke kterému jsou pro bezpečný transport připevněny. Samotný podnos je, s ohledem na rušný provoz v jeho okolí, také připevněn k vystavení.

Vystavení svou kompozicí navozuje příjemnou atmosféru, která má být s Baileys spojována.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
**PROSTŘEDKY PRO SLUŽBY
PODPORY PRODEJE**



**POPAI
AWARDS**



POZVÁNKOVÝ BOX CAMPARI

- Zadavatel:** Campari Austria GmbH
Příhlašovatel: Authentica, s.r.o.
Autor: Authentica, s.r.o.
Materiály: Karton
Použití: Prostředky pro podporu prodeje

Charakteristika: Pro rakouské zastoupení nadnárodní společnosti CAMPARI bylo navrženo a vyrobeno dárkové balení, které slouží jako pozvánka pro 600 VIP hostů do nově otevřeného baru v samotném srdci Vídně. V dárkové krabičce osobně předané kurýrem se ukrývá miniatura Campari sody společně s dárkovým poukazem do baru.

Spojení kartonu s matnou laminací dodává krabičce na exkluzivitu, která se prezentuje i v unikátním Campari baru. Použitá grafika vyniká především díky nápadnému vzoru, jehož tvůrcem je italský futuristický umělec Fortunato Depero. Černobílý vzor v kombinaci s kontrastní červenou dodává celému obalu nejen jedinečný design, ale i uměleckou hodnotu.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
**REKLAMNÍ DÁRKY
V MÍSTĚ PRODEJE**



**POPAI
AWARDS**



KOLEKCE MODRÁ PYRAMIDA

- Zadavatel:** Modrá pyramida stavební spořitelna, a.s.
Příhlašovatel: REDA a.s.
Autor: REDA a.s.
Materiály: Keramika, plast, kov
Použití: Poradenské centrum Modrá Pyramida
Charakteristika: Modrá pyramida stavební spořitelna a.s. je specialistou na trhu v oblasti finančního poradenství, úvěrů na bydlení, spoření, investic, každodenního bankovníctví a pojištění již více než 25 let. Díky dlouholeté spolupráci vznikla kolekce produktů na podporu prodeje produktů Modré pyramidy s originálním potiskem a logem společnosti.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
**REKLAMNÍ DÁRKY
V MÍSTĚ PRODEJE**



**POPAI
AWARDS**



91

DÁRKOVÁ VÁNOČNÍ KRABICE

- Zadavatel:** RETAIL OF THE FUTURE, s.r.o.
Přihlašovatel: RETAIL OF THE FUTURE, s.r.o.
Autor: RETAIL OF THE FUTURE, s.r.o., BcA. Tomáš Palou
Materiály: Víková potahovaná krabice s matným povrchem, parciálním lakem v logu a potiskem. Vnitřní část uzpůsobená na míru pro dárkové věci (lahev, krabičku s vánočními perníky, PF, voucher) z PE pěny ve čtyřech vrstvách
Použití: Dárková vánoční krabice pro klienty
Charakteristika: Cílem bylo navrhnout a vyrobit dárkovou vánoční krabici na míru pro naše klienty. Chtěli jsme spojit několik věcí dohromady. Být odlišní, ukázat naši kreativitu a možnosti zakázkové výroby z kartonu, na jehož poli jsme začali působit v roce 2018. Prémiovost dárkové krabice je docílena použitými technologiemi, černý matný tisk v kombinaci s kontrastní zlatou barvou. Puncem dárkové krabice je naše logo v parciálním provedení. Podařilo se nám spojit kreativní design s tradicemi Vánoc.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
**REKLAMNÍ DÁRKY
V MÍSTĚ PRODEJE**



**POPAI
AWARDS**

92

TEXTILNÍ OBAL NA KUFR

- Zadavatel:** Letiště Praha, a.s.
Přihlašovatel: SPEED PRESS Plus a.s. – reklamní a dárkové předměty
Autor: SPEED PRESS Plus a.s. – reklamní a dárkové předměty
Materiály: mix polyester a spandex
Použití: Textilní obal na kufr byl určen pro interní zaměstnance v rámci soutěží, dále pak pro klienty jako součást odškodnění / omluva. Tento obal na kufr je EKO variantou k jednorázovému neekologickému balení kufrů do stretchové fólie. Zároveň je kufr snadno rozpoznatelný mezi záplavou černých nevýrazných kufrů jak na páse, tak i v davu. Jeho použitím ochráníme samotný kufr a zároveň tak zajistíme jeho unikátnost.
Charakteristika: Puntíkový textilní obal na kufr s celoplošným plnobarevným sublimačním designem dle motivu zadavatele. Obal je vhodný na zavazadla o velikosti až cca 70 x 60 cm. Materiál: mix polyester a spandex gramáže 200 gsm. Baleno jednotlivě v opp sáčku.





TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
**REKLAMNÍ DÁRKY
V MÍSTĚ PRODEJE**



**POP AI
AWARDS**



93

DESIGNOVÝ KOVOVÝ POPELNÍK GLO

- Zadavatel:** British American Tobacco Czech Republic, s.r.o.
- Přihlašovatel:** SPEED PRESS Plus a.s. – reklamní a dárkové předměty
- Autor:** SPEED PRESS Plus a.s. – reklamní a dárkové předměty
- Materiály:** slitina hliníku, kombinace materiálů, magnety
- Použití:** Popelník byl využit hlavně na HORECA outletech jako reklamní předmět. Návštěvníci HORECA outlet si měli spojit GLO a nový způsob užívání tabáku, tzn. zahřívání.
- Charakteristika:** Designový kovový popelník pro British American Tobacco Czech Republic - THP brand GLO. Kombinace matného a lesklého povrchu, magenty na víčku, barva dle Pantone. Laserem gravírované logo značky. Baleno v textilním pytlíčku a bílé krabičce. Byl vyroben na zakázku dle požadavku klienta, aby se popelník hodil k zařízení GLO. Vytvořil se prvotní grafický a technický návrh, vyrobil vzorek. Následovala další úprava, přidány magnety, aby víčko lépe drželo. Možnost mýt v myčce. Materiál slitina hliníku, rozměr 100x117x100 mm, váha cca 222 gr.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
**REKLAMNÍ DÁRKY
V MÍSTĚ PRODEJE**



**POP AI
AWARDS**



DÁRKOVÝ SET CAMPARI

- Zadavatel:** Campari Austria GmbH
- Přihlašovatel:** Authentica, s.r.o.
- Autor:** Authentica, s.r.o.
- Materiály:** Karton
- Použití:** Reklamní dárky v místě prodeje
- Charakteristika:** Rakouské zastoupení nadnárodní společnosti CAMPARI otevřelo v říjnu unikátní Campari bar v samotném srdci Vídně. Kromě originální pozvánky v podobě elegantní krabičky ukrývající i miniaturu ikonického nápoje bylo vyrobeno nepřehlédnutelné dárkové balení sifonové lahve společně s aperitivem Campari, které si návštěvníci mohou zakoupit v barovém shopu.
- Spojení kartonu s matnou laminací dodává boxu na exkluzivitu, třešinkou na dortu je lesklý kontrast parciálním lakem zvýrazněného loga baru na přebalu. Použitá grafika vyniká především díky nápadnému vzoru, jehož tvůrcem je italský futuristický umělec Fortunato Depero. Černobílý vzor v kombinaci s kontrastní červenou dodává celému obalu nejen jedinečný design, ale i uměleckou hodnotu.

94



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
EKOLOGICKÉ KONCEPCE



POPAI
AWARDS



M&M'S VELIKONOCE

- Zadavatel:** Mars Czech s.r.o.
Příhlašovatel: DAGO s.r.o.
Autor: Dago Team
Materiály: Karton, PVC free plast, reálná pomlázka
Použití: hypermarkety

Charakteristika: Poutavé paletové vystavení v pozitivní a teplé žluté barvě ladí jak s duchem Velikonoc, tak i s barvou oblíbených bonbonů, které propaguje. Dominuje mu veselý maskot MMs schovávající reálnou pomlázku za zády a nepřehlédnutelná obří skořápka posetá bonbony ve vrchní části. Celý dojem dotváří potisk světle zelené, právě rašící trávy, se kterou přichází slunce, teplo a dobrá nálada. Jeho kouzlo mimo jiné spočívá v použitých materiálech a možnosti jejich recyklace, opětovného použití a ekologického provedení. Zatímco skořápka je z ekologicky nezávadného plastu a lze ji kdykoliv opětovně použít nejen pro další vystavení, přesně tak jako i reálnou pomlázku, je celý zbytek tohoto dech beroucího nápadu z kartonu. Tento unikátní nápad spočívající v neobvyklé kombinaci materiálů, které jsou navíc šetrné k přírodě i rozpočtu klienta, byla letošním průkopníkem v kategorii paletových vystavení.

95



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
EKOLOGICKÉ KONCEPCE



POPAI
AWARDS

96



PANASONIC ENELOOP - EKOLOGICKÉ PRODUKTOVÉ STOJANY

- Zadavatel:** PANASONIC ENERGY EUROPE N.V.
Příhlašovatel: MORIS design s.r.o.
Autor: MORIS design s.r.o.
Materiály: 80 % přírodní materiály (bio bambus, mech, kůra, kámen, pryskyřice), kov
Použití: evropská partnerská síť prodejců recyklovatelných baterií eneloop

Charakteristika: Unikátní koncept ekologických produktových displejů pro dobíjecí baterie a nabíječky Panasonic eneloop přichází s jedinečným řešením v rámci energetického odvětví. Samotná koncepce eneloop „Pro udržitelný životní styl“ a její propojení s novými technologiemi dává silnou myšlenku se zaměřením na udržitelnost a ochranu životního prostředí, ztělesňuje principy recyklace a opakovaného využívání na cestě ke společnosti čisté energie. Cesta našeho řešení je přímá – následovali jsme plně unikátní koncept a v maximální možné míře udrželi a podtrhli jeho podstatu. Návrh konceptu produktových displejů je v souladu s novou brand identitou balení a s DNA eneloop konceptu. Design našeho řešení čerpá inspiraci v čisté energii a nabízí řešení šetrné k životnímu prostředí tak, abychom v maximální možné míře přispěli k životu v souladu s naší planetou. Hlavními cíli bylo 100% zaměření na udržitelný rozvoj, zvýšení brand awareness, zvýšení prodejnosti a jednoduchá logistika. Propojení ryze přírodních materiálů a technologie dává komunikaci značky originalitu a jednoznačný náskok před konkurencí. 80% displeje je tvořen čisté přírodními materiály. Vnější konstrukce z bio bambusové desky, závěsný systém využívá bambusové větve, podstavec je vyroben z kamenných oblázků zalitých do přírodní pryskyřice. Pro podtržení eco-friendly konceptu dekoruje stojan mumifikovaný mech či kůra stromů. Koncepce počítá se dvěma typy stojanů – pokladní a podlahový. Obě verze disponují plochou pro vyměnitelnou grafiku. Podlahové řešení pracuje v návrhu se zakomponováním tabletu s detekcí pohybu. 100 % použitých materiálů je recyklovatelných. Řešení názorně dokazuje, že i zdánlivě „obyčejný“ permanentní displej lze povýšit na nositele myšlenky budoucnosti jakou ekologie, udržitelnost a technologie bezesporu jsou. Projekt se nachází ve stádiu schvalování prototypů pro sériovou výrobu.

97

KRMELCOVNÍK - KONCEPT NA BEZOBALOVÝ PRODEJ

Zadavatel: Biopekárna Zemanka s.r.o.
Příhlašovatel: THIMM THE HIGHPACK GROUP
Autor: THIMM THE HIGHPACK GROUP
Materiály: vlnitá lepenka
Použití: Displej je umístěn v místě prodeje

Charakteristika: Krmelcovník je ekologický, udržitelný displej, jehož všechny části jsou vyrobeny z vlnité lepenky. Skládá se z ekologických krmelců, které byly vyvinuty pro bezobalový prodej. Jejich konstrukce je propracovaná do nejmenších detailů, skládá ze dvou dílů - z pláště, který složí dlouhodobě u prodejce a z náhradní náplně, která je vyrobena z certifikované vlnité lepenky foodWave®, určené pro přímý styk s potravinami. Hygienické a bezpečné balení zboží zajišťuje i detailně propracovaná konstrukce, která je bežešvá a minimalizuje se tak přístup vzduchu a nečistot. V dolní části krmelce je velmi odolný výklopný mechanismus, který umožňuje pohodlné nabírání zboží. Výdejní prostor je zakryt víkem, které zboží chrání před kontaminací. Díky dvoudílné konstrukci lze náhradní náplň kdykoli vyměnit, přičemž plášť zůstává stejný. Prodejce jednoduše zezadu vloží náhradní náplň, zepředu otevře výklopný mechanismus, odtrhne perforaci na náplni a krmelec je připraven k použití. Do KRMELCOVNÍKU lze umístit libovolný počet krmelců. Topper ve tvaru střechy je zafixovaný k horní řadě krmelců. Dolní část KRMELCOVNÍKU je vyrobena ze speciální vlnité lepenky, která je voděodolná, což prodlužuje životnost KRMELCOVNÍKU. Na soklu KRMELCOVNÍKU je umístěna kapsa, v které jsou chytře umístěny propagační materiály k nabízenému zboží.



98

PRODEJNÍ STOJAN NA SUŠENÉ MASO

Zadavatel: Josef Pelant - Doupovské uzeniny
Příhlašovatel: THIMM THE HIGHPACK GROUP
Autor: THIMM THE HIGHPACK GROUP
Materiály: vlnitá lepenka
Použití: Stojan je umístěn v prodejních sportovního vybavení
Charakteristika: Prodejní stojan na sušené maso je vyroben z recyklovatelné vlnité lepenky. Stojan je lehce složitelný a rozložitelný díky topperu a poličkám, které se jednoduše zasunou do soklu. Na každé z poliček jsou umístěny 3 prodejní treje, které jsou vyrobeny ze speciální vlnité lepenky, která obsahuje 30 % trávy. Každý z trejů obsahuje jinou příchuť sušeného masa a díky trejům je zboží ve stojanu přehledně roztríděno. Stojan byl vyvinut v souladu s respektem k balenému produktu a celý jeho design včetně trejů je v přírodním eko stylu, který koresponduje se zbožím, které je ve stojanu umístěno. Stojany jsou umístěny v prodejních se sportovním vybavením.



KATEGORIE

U

INTEGROVANÁ IN-STORE ŘEŠENÍ
INTEGROVANÉ IN-STORE KAMPANĚPOP AI
AWARDS

99

SEMTEX

Zadavatel: Kofola. a.s.**Přihlašovatel:** DAGO s.r.o.**Autor:** Dago Team, Kofola, a.s.

Cíl a pozadí projektu: Výchozí situace spočívala v nekonzistentní komunikaci a zároveň v obecném vnímání Semtexu jako brandu pro starší věkové skupiny, cca v rozmezí 25 - 40 let, přičemž v porovnání s konkurenčními produkty v in-store nijak značně nevynikal natolik, aby pravidelně kromě udržení stávajících, přitahoval i nové zákazníky. Značka jako taková nebyla vyprofilovaná a povědomí o ní a o produktech Semtex nebylo transformováno do pravidelné konzumace, což způsobilo značnou stagnaci prodeje. Cílem a zadáním projektu proto bylo přiblížit tento brand věkové skupině v rozmezí cca 18 - 25 let, zesílit povědomí o této značce a celkově zmodernizovat vnímání tohoto brandu. Těmito kroky následně docílit rostoucí pravidelnou konzumaci u mladší cílové skupiny a pokrýt tak spotřebitelskou mezeru. Dalším bodem je redesign celé řady Semtex společně s launchem nové funkční řady (HIGH, FLOW, LONG) a záměrem profilovat značku, jakožto specialistu na různé druhy energie a dostat se mezi top energy značky pro mladé lidi ve věku 18 - 25 let.

Strategické řešení: Strategické řešení kampaně je úzce spjaté s launchem nové funkční řady energetických nápojů s hlavním heslem „choose your energy“. Přicházíme na trh s novinkou v podobě tří druhů energy drinků, které nabízejí různé energie pro různé situace. HIGH je pro rychlé a silné nabuzení a nakopnutí, LONG povzbudí na delší dobu a FLOW je stimulantem dobré energie s nižším obsahem cukru - pro momenty, kdy je potřeba se správně naladit a zachovat chladnou hlavu. Vyšli jsme se touto cestou, abychom energy drinky navrátili k jejich původnímu účelu, tedy k dodání správné energie. Dáváme tak spotřebitelům možnost zvolit si ten druh energie, který právě v daném okamžiku potřebuje. Mediální cílme na muže 18-40 let, úžeji se snažíme oslovovat zejména mladší část, tj. věkovou skupinu 18-25 let.

Kreativní řešení: Redesign celé řady Semtex a launch nové funkční řady (HIGH, FLOW, LONG) provádí nápaditá nadlinková i podlinková reklama s cílem vřít se do podvědomí zákazníků cílové skupiny. Jelikož se jedná o mladší generaci, bylo na místě použití a zakomponování intenzivních prvků, jako jsou např. neonové barvy v kombinaci s tmnou černou barvou tvořící kontrast a moderní hudba, které tuto cílovou skupinu přitáhnou a vizuálně působí velice atraktivně. Spot díky těmto prvkům lehce šokuje a zároveň zcela přesně vykresluje a popisuje veškeré druhy energie a jejich účinky získané skrz nápoje z řady této značky. Kromě spotů v médiích se dále jedná o propojení se soutěžemi, prezentace na festivalu a zároveň online prostřednictvím různých internetových kanálů. Tato forma vizibility se dnes stává čím dál tím důležitější a to zejména pro tuto cílovou skupinu a pomáhá zafixovat si prezentovanou značku hluboko do podvědomí zákazníka a přijmout ji „za svůj“. Kampaně prezentovaná v médiích byla plynule rozpracovatelná i pro další komunikační kanály. Propojení této komunikace do in-storu proto mohla probíhat ve stejném duchu, v kontrastních barvách a v různých materiálech, formách a provedeních, a to zejména za vydatného využití LED prvků v návaznosti na zachování světelných efektů zobrazených ve spotech v médiích. Jedná se hlavně o kartonové stojany, které jsou ekologickou variantou vystavení a zároveň díky provedení v černé působí velice luxusně a prémiově. Dále jsou to SS LED, klasický SS, branding regálů, LED stripy, LED rámečky a další formy podsvícení produktů. Také se v rámci in-store kampaně podařilo umístit i fluorescenční hrabáky, které svoji neonovou barvou korespondují a doplňují prezentaci v médiích. K drobným POS patří také plakáty A3, cenovky A5, cenovky malé, letáčky A6 na strunce. Nechybí komunikace různých druhů energie a formování značky jakožto specialisty na energii přesně dle výběru zákazníka, prezentace soutěží. Kampaně bude průběžně v podobném duchu pokračovat (chystají se další soutěže, sampling u VŠ, účast na MČR v počítačových hrách).

Výsledky projektu: Na komplexní vyhodnocení kampaně je ještě brzy, i když vývoj prodeje ukazuje, že jsme se vydali správnou cestou. Z mediálního pohledu - po uplynulých měsících komunikace se téměř nesnižuje ochota sledovat opakovaně televizní spot.



KATEGORIE

U

INTEGROVANÁ IN-STORE ŘEŠENÍ
INTEGROVANÉ IN-STORE KAMPANĚPOP AI
AWARDS

100



PŘESTAVBA NÁPOJOVÉHO CENTRA TERNO ČESKÉ BUDĚJOVICE

Zadavatel: Plzeňský Prazdroj, a.s.**Přihlašovatel:** Plzeňský Prazdroj, a.s.**Autor:** MORIS design s.r.o.

Cíl a pozadí projektu: V roce 2006 bylo u supermarketu Terno v Českých Budějovicích otevřeno v budově bývalých stavebnin nápojové centrum. Špatně osvětlený a nepřehledný interiér nebyl atraktivním místem k nákupu. Cílem projektu tedy bylo celkové zpříjemnění prostředí, usnadnění orientace, navigace a nabídnout chlazené pivo. Věříme, že právě zlepšení prostředí pomůže přilákat nové zákazníky.

Strategické řešení: Realizací bylo přeskládáno pořadí všech kategorií v rámci nápojového centra. Celkově došlo ke zlepšení a zatraktivnění prostředí především díky kombinaci použitých prvků a vybraných materiálů pro: fasádu haly, osvětlení, regaloviny, navigaci a chladicí box.

Kreativní řešení: Ještě před vstupem do prodejny zaujme nová fasáda a vstup do nápojového centra. V samotné prodejně došlo k umístění regálů po obvodu stěn a tím otevření a provzdušnění celého prostoru. Pro usnadnění orientace je zavěšena světelná navigace podle nápojových kategorií a bannery s jednotlivými značkami. Atmosféru zpříjemňují bannery s imageovými obrázky spotřebních příležitostí nad moderními regály v pivní sekci a velký banner s obrázkem chmelu a ječmene umístěný na zadní stěně haly.

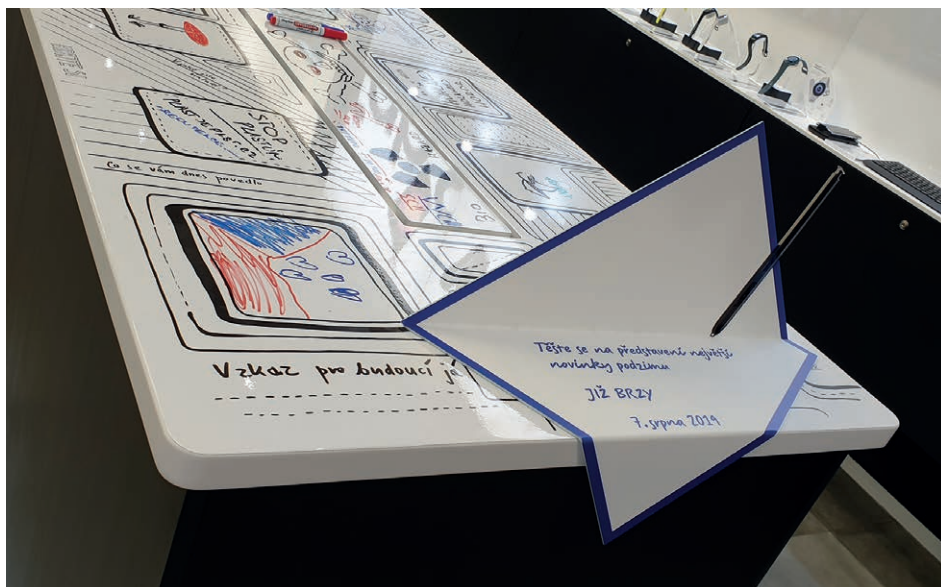
Výsledky projektu: Kvalitativní výzkum ukázal, že nakupující oceňují výrazné zlepšení nákupního prostředí, orientaci v prodejně a možnost nákupu chlazeného piva.



INTEGROVANÁ IN-STORE ŘEŠENÍ
INTEGROVANÉ IN-STORE KAMPANĚ



POPAI
AWARDS



BUDOUCNOST JE NALINKOVANÁ

Zadavatel: Samsung Electronics Czech and Slovak

Příhlašovatel: Cheil Czech and Slovak

Autor: RX Team Cheil Czech and Slovak

Cíl a pozadí projektu: Každý rok v srpnu Samsung představuje nový model Galaxy Note. Dříve než se nový telefon dostane na prodejny, probíhá teasingová kampaň, na kterou navazuje pre-order a launch kampaň. Teasing se odehrává v různých komunikačních kanálech s cílem upoutat maximální pozornost k novému produktu. V letošním roce se komunikace zaměřila na S Pen stylus, jenž činí telefony Galaxy Note unikátními.

Strategické řešení: Naším cílem bylo vzbudit v zákaznících očekávání nového telefonu Galaxy Note 10 a Note 10+. Přitáhnout jejich pozornost k pre-order fázi a rozvinout kreativní nápad do všech komunikačních kanálů. V celé kampani tak byl využit jeden vizuální styl a myšlenka.

Kreativní řešení: Vytvořili jsme speciální interaktivní instalaci v podobě stolu, jehož součástí byly dva modré S Peny. Na ploše stolu si zákazníci mohli kreslit, psát a dle libosti si vyzkoušet, jak kreativní budou moci být s novým telefonem. Povrch stolu byl opatřen transparentní snímatelnou fólií, díky čemuž bylo možné pokreslený a popsaný stůl snadno „vyčistit“. Hlavním úkolem instalace bylo přitáhnout zákaznickou pozornost a propojit instore komunikaci s ATL a BTL částí kampaně.

Výsledky projektu: Více předobjednávek nového telefonu než v roce 2018. Lepší výkon než v případě kampaně na Note 9.

101



INTEGROVANÁ IN-STORE ŘEŠENÍ
INTEGROVANÉ IN-STORE KAMPANĚ



POPAI
AWARDS



102

PIVNÁ ULIČKA

Zadavatel: Plzeňský Prazdroj Slovensko, a. s.

Příhlašovatel: Plzeňský Prazdroj Slovensko, a. s.

Autor: Plzeňský Prazdroj Slovensko, a. s. – Bakof Group s.r.o.

Cíl a pozadí projektu: Cieľom projektu bolo celkové spríjemnenie prostredia pivnej sekcie pri nakupovaní a uľahčenie orientácie kupujúceho v pivnej sekcii. Spoločnosť Labaš – Fresh bola vybraná pre realizáciu projektu vďaka svojmu proaktívnemu prístupu v hľadaní nových riešení pre svojich zákazníkov.

Strategické řešení: Realizáciou bola preskladaná celá pivná kategória a radenie produktov v rámci nej. Celkovo prišlo k zlepšeniu a zatraktívneniu prostredia v pivnej sekcii najmä vďaka kombinácii použitých prvkov a vybraných materiálov, tak ako aj k zlepšeniu celkovej orientácie v rámci pivnej sekcie.

Kreativní řešení: Celý projekt je v súlade s už existujúcim riešením v sieti. Sekcia je ohraničená dreveným obložením a toppermi, na ktorých sú použité vizuály s komunikáciou pivnej tematiky – konzumácie a značky. Celá sekcia s týmito prvkami pôsobí kompaktnejšie a modernejšie.

Výsledky projektu: Projekt sa postupne aplikuje do trhu a uplynula len krátka doba pre objektívne zhodnotenie kvalitatívnych a kvantitatívnych cieľov.



INTEGROVANÁ IN-STORE ŘEŠENÍ INTEGROVANÉ IN-STORE KAMPANĚ



POPAI
AWARDS



103

#COKERULEZ - COCA-COLA AKTIVACE MS V LEDNÍM HOKEJI 2019

Zadavatel: The Coca-Cola Company

Přihlašovatel: up brand activation & Mayer/McCann Erickson

Autor: týmy agentur up brand activation & Mayer/McCann Erickson

Cíl a pozadí projektu: V minulosti Coca-Cola dlouho přebírala svoji komunikaci ze zahraniční centrály. V posledních letech ale nastal zlom a značka se přeorientovala na lokální insights se záměrem více se přiblížit českému a slovenskému spotřebiteli. Hlavním cílem bylo posílit povědomí o značce, napomoci růstu jejich imageových atributů a navýšit prodej nad přirozené tempo růstu kategorie kolových nápojů. V souladu s touto strategií se Coca-Cola rozhodla stát hlavním sponzorem Mistrovství světa v hokeji, odehrávajícím se v květnu 2019 na Slovensku, a uvést v této souvislosti na trh jednu z největších integrovaných kampaní posledních let.

Strategické řešení: Žijeme v době nařízení, předpisů a očekávání. Pravidla omezují náš život a stejně tak svazují i hokej. Mísí Coca-Coly však není vytvářet hranice. Naopak, smyslem její existence je propojovat lidi a překlenovat rozdíly. Myšlenka kampaně se tak stala překlopením limitujících hokejových pravidel na pozitivní #CokeRulez, hokejová pravidla převedená do normálního života tak, aby spotřebitele vybízela ke společnému sdílení zážitků, k přátelství a zábavě. Hlavní myšlenku jsme rozvinuli do řady komunikačních kanálů – od přímé podpory prodeje v in-store, přes spotřebitelskou soutěž na balených soutežních produktech až po atypické nástroje jako exkluzivní Coca-Cola IIHF Trophy Tour nebo Fan Villages umístěné v městech konání šampionátu, oboje doplněno o sampling hero produktu kampaně, Coca-Cola Zero. Vedle integrovaného in-store řešení se kampaň objevila i v ATL komunikačních kanálech a v digitálu.

Kreativní řešení: Důraz, který společnost Coca-Cola hokejové kampani dala, se projevil už na samotném packaging designu jejího vlajkového nápoje. Ikonické logo na etiketě dočasně doplnil nápis Góóól. Myšlenka #CokeRulez se propjala do kreativního řešení i ve všech ostatních kanálech. Během in-store samplingu spotřebitele oslovily promyšlené oblečené do kostýmů hokejových rozhodčích, které vybildly k zohrání mistrovství podle Coca-Cola pravidel. Spotřebitelská soutěž umožnila druhý tah na branku všem, kteří napoprvé nevyhráli, avšak zakoupili hero produkt aktivace, Coca-Cola Zero. Výhrou nebylo nic menšího než osobní setkání s hvězdnými ambasadory kampaně, Patrikem Eliášem a Marianem Hossou, nebo lístky na utkání či hokejový merch. Obyvatelé patnácti slovenských měst dostali exkluzivní možnost vyfotit se s trofejí Mistrovství v rámci Coca-Cola IIHF Trophy Tour a stát se součástí elitního týmu na obří fotokoláži. V obou městech šampionátu jsme vytvořili Fan Villages, kde se fanoušci mohli seznámit s #CokeRulez prostřednictvím zábavných disciplín a zároveň si dopřát povolené uvolnění s plechovkou Coca-Cola Zero od našeho samplingového týmu. Všechny aktivity směřovaly spotřebitele k prožití hokejového svátku podle pozitivních Coca-Cola pravidel tak, aby v rozhodujícím momentu před nákupním regálem etiketa Góóól jen dokončila tah na branku úspěšným skórováním.

Výsledky projektu: Společnost Coca-Cola zaznamenala díky kampani pozitivní výsledky nejen v oblasti růstu znalosti a imageových atributů, ale i ve zvýšení prodejů. Obzvláště pozitivní dopad měla kampaň na Slovensku. Celkově vysoká znalost značky se zvýšila o +2,4 procentuální body v rámci podpořené znalosti a o +4,3 p. b. u spontánní znalosti. Brand Coca-Cola Zero navýšil podpořenou znalost o +4,7 p. b., spontánní znalost zůstala totožná. Nejdůležitějším ukazatelem úspěšné kampaně jsou však prodeje. I zde #CokeRulez bodovaly. Zatímco kategorie kolových nápojů rostla v měřeném období o 10,2%, klasická Coca-Cola zaznamenala nárůst prodejů o 34,2% a hero produkt kampaně, Coca-Cola Zero, dokonce o 40,4%.



DIGITAL DIGITÁLNÍ KOMUNIKACE REALIZACE V PRODEJNÍCH MÍSTECH, INOVATIVNÍ MATERIÁLY, SYSTÉMY



POPAI
AWARDS



104

DIGITÁLNÍ TOTEM

Zadavatel: Heineken

Přihlašovatel: POS Media Czech Republic

Autor: POS Media Czech Republic

Materiály: kov, plast - akryl, lamino, PVC folie, LCD

Použití: síť řetězce Albert

Charakteristika: Tento nový mediální nosič nabízí multifunkční způsob prezentace produktů – zabudovaná digitální obrazovka dokáže promítat libovolná videa či fotografie a zpříjemnit tak zákazníkovi zážitek z nakupování. Totem je z bočních stran podsvícený, díky čemuž se nedá přehlédnout. Spodní sekce pod obrazovkou může být ponížena a sloužit jako prezentační prostor pro zvolené produkty.

Boční část totemu je provedena elegantní vlnou, která podtrhuje originální vzhled tohoto nosiče a prémiovost prezentovaného produktu. Digitální totem jsme v této kampani ještě doplnili podlahovou grafikou a Shelf Stoppery.



DIGITAL
DIGITÁLNI KOMUNIKACE
REALIZACE V PRODEJNÍCH MÍSTECH,
INOVATIVNÍ MATERIÁLY, SYSTÉMY



POPAI
AWARDS



MULTIFUNKČNÍ ROTAČNÍ STOJAN

Zadavatel: TPR s.r.o
Přihlašovatel: TPR s.r.o
Autor: Tým TPR a GECCO a.s.
Materiály: Kov, DTDL, sklo
Použití: Prodejny tabák-tisk GECCO

Charakteristika: Rotační stojan prostřednictvím LCD displejů zajišťuje provoz dvou nezávislých, centrálně řízených reklamních médií. Díky manuálnímu nebo mechanickému otáčení kolem své osy s flexibilním závěsným systémem pro prezentaci/prodej produktů nebo marketingových předmětů je využito maximální prezentační plochy. Rotační stojan lze osadit i světelnými klaprámy.

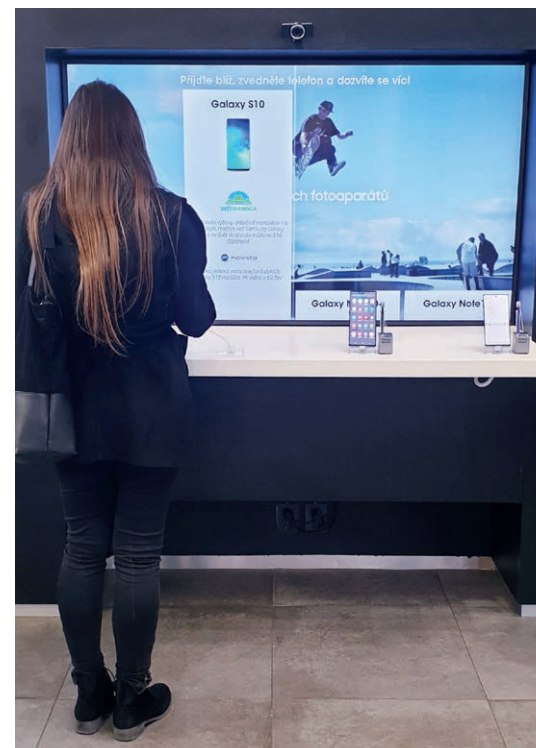
105



DIGITAL
DIGITÁLNI KOMUNIKACE
REALIZACE V PRODEJNÍCH MÍSTECH,
INOVATIVNÍ MATERIÁLY, SYSTÉMY



POPAI
AWARDS



106

DIGITAL WALL BAY PRO SAMSUNG BRAND STORE CHODOV

Zadavatel: Samsung Electronics Czech and Slovak
Přihlašovatel: Cheil Czech and Slovak
Autor: RX Team & Digital Team Cheil
Materiály: plast, dřevo, elektronická zařízení
Použití: Speciální instalace vytvořená za účelem přenosu dat z offline (prodejna) do online (digitální databáze Samsung)
Charakteristika: Wall bay se skládá z QLED TV s kamerou a stolu, na kterém jsou umístěny telefony Galaxy S10, S10+ a Note 10, 10+. Jakmile zákazník zvedne některý z telefonů, kamera rozpozná typ telefonu a zákazníkovo pohlaví. V ten moment se na QLED TV spustí speciálně sestavený videoobsah a zároveň jsou na obrazovce prezentovány USP daného telefonu potenciálně atraktivní pro zákazníka konkrétního věku a pohlaví. Data z Wall bay jsou shromažďována a analyzována. Modely telefonů a virtuální obsah jsou variovány v závislosti na aktuální nabídce telefonů. Tím je zajištěn vždy aktuální sběr dat a jejich efektivní využití ve všech kanálech marketingové komunikace.



atta creative s. r. o.

BTL agentura, atta creative s. r. o., zajišťuje pro své klienty kompletní služby v oblasti promotion. Zaměřujeme se na konkrétního zákazníka a hledáme nejlepší způsob komunikace. Připravíme pro vás celou komunikační strategii, in-store podporu, eventy.

Adresa: Na Ořechovce 15, 162 00 Praha
Telefon: +420 220 516 572
E-mail: info@atta-c.cz
Web: www.atta-c.cz



Authentica, s.r.o.

Přední český výrobce, společnost Authentica, s.r.o., zajišťuje globální servis v oblasti retail marketingu. Specializujeme se na visual merchandising, in-store design a výrobu POS médií. Již více jak 17let dodáváme naše výrobky do více než 30 zemí Evropy. Díky obchodnímu zastoupení ve Švýcarsku a pobočkám v Německu jsme schopni zajistit rychlý servis a vysoký standard našich služeb, který je prověřen dlouhodobou spoluprací s nadnárodními společnostmi.

Adresa: Lazaretní 1/7, 615 00 Brno
Telefon: +420 548 217 991
E-mail: authentica@authentica.cz
Web: www.authentica.cz



DAGO, s. r. o.

Jsme fullservisová POP komunikační agentura s vlastní výrobou založená již v roce 1993. Do projektů našich klientů aplikujeme v rámci našeho konceptu CIS (Compex In-store Solution) sofistikované teoreticko-praktické know how z oblasti instore komunikace a působení POP médií na nákupní chování zákazníků, které vychází z nejnovějších výzkumů a trendů. Nabízíme fullservisové zpracování in-store komunikačních projektů – od analýzy výchozí situace, přes návrh médií a jejich designu, konstrukční řešení a sériovou výrobu až po komplexní logistiku, umístění a správu na prodejní ploše. Našimi klíčovými hodnotami jsou RYCHLOST – DŮVĚRA – ZNALOSTI – EFEKTIVITA. Tyto hodnoty promítáme nejen do interních a externích procesů, ale i do všech fází realizace projektů pro naše zákazníky.

Adresa: Komenského 1020, 26751 Zdice
Telefon: +420 311 533 390
E-mail: dago@dago.cz
Web: www.dago.cz



DEKOR, spol. s r. o.

Společnost DEKOR, spol. s r.o. působí v oboru POS projektů a in-store komunikace již od roku 1991. Specializuje se na komplexní servis v oblasti komerčních interiérů a POS stojanů permanentních materiálů. Nabízí špičkový design dle nejpřísnějších měřítek a pravidelně sleduje vývoj nových výrobních technologií, které pak aplikuje do projektů v místě prodeje. Dekor jako jediná firma z České republiky je členem prestižní celosvětové organizace GIC (Global In-store Communication), která sdružuje 18 významných firem z POP oboru ze všech částí světa. Dekor je také velmi aktivním členem asociace POPAI CENTRAL EUROPE. Členství v těchto dvou významných organizacích umožňuje neustálý přísun informací o aktuálních POP trendech, novinkách a inovacích z celého světa.

Adresa: Hradištská 849, 687 08 Buchlovice
Telefon: +420 572 430 555
E-mail: dekor@dekor.cz
Web: www.dekor.cz



Horma - P.O.P. Displays

Horma – P.O.P. Displays se zabývá již více než 27 let výrobou stojanů na podporu prodeje. Firma sleduje celosvětové trendy In-store marketingu a aplikuje je do návrhů prodejních stojanů, které zásadně ovlivňují nákupní rozhodnutí v místě prodeje. Naše kreativní oddělení pracuje s nejmodernějšími konstrukčními programy, díky kterým jsme schopni navrhnout design stojanu v digitální 3D podobě a potom jej převést do realistické vizualizace. Vývojové oddělení posléze vyvine funkční vzorek stojanu přesně dle odsouhlaseného návrhu. Díky moderním technologiím v našich výrobních provozech jsme schopni velice pružně reagovat na požadavky zákazníka, plnit krátké termíny dodání a zaručit vysokou technickou úroveň našich produktů.

Adresa: Havlíčkova 2838, 767 01 Kroměříž
Telefon: +420 602 192 645
E-mail: marketing@horma.cz
Web: www.horma.cz

Cheil

Cheil Czech and Slovak

Cheil Czech and Slovak je 360° komunikační agenturou, která působí na českém trhu od roku 2012. Věříme, že obchodům se daří lépe, pokud naleznete ta správná spojení. Proto pracujeme s propojením reálného a digitálního světa na základě detailních analýz, které přimějí zákazníka sžít se s danou značkou. Zaměřujeme se na širokou škálu komunikačních kanálů od ATL, BTL, digitální média až po retail. Naším klientům poskytujeme inovativní, praktická a kreativní řešení s efektivními výsledky. To, co děláme, nás baví a na našich výsledcích je to znát.

Adresa: V Parku 2308/8, 148 00 Praha 4

Telefon: +420 773 382 093

E-mail: n.lypinska@cheil.com

Web: www.cheil.com/cz/



Logik, s.r.o.

Logik, s.r.o. je moderní česká společnost s vlastní tiskovou výrobou, reklamní a marketingovou agenturou, profesionálním grafickým studiem a samostatným vývojovým oddělením pro design a konstrukci obalů a nástrojů podpory prodeje (POP/POS materiálů).

Adresa: Pod Šancemi 196/4, 190 00 Praha 9

Telefon: +420 270 004 398

E-mail: print@log.cz

Web: www.log.cz

MAYER / McCANN ERICKSON

Mayer/McCann-Erickson s.r.o.

Integrovaná reklamní agentúra, ktorá vznikla v roku 1994 na Slovensku. Máme viac ako 40 pracovníkov a ponúkame servis v podobe tvorby stratégie marketingovej komunikácie, reklama – nadlinkové aj podlinkové médiá, digitálnu komunikáciu, grafický dizajn, produkciu a služby DTP, event marketing. Prostredníctvom dcérskych spoločností ako mediálna agentúra Universal McCann a PR agentúra PRime time poskytujeme public relation a nákup mediálneho priestoru.

Adresa: Viedenská cesta 5, 851 01 Petržalka, Slovensko

Telefon: +421 267 267 101

E-mail: hala@mccann.sk

Web: www.mayer.sk



MORIS design s.r.o.

MORIS design je jedním z lídrů v in-store designu. Navrhuje, vyrábí a realizuje na klíč retailové interiéry, produktové stojany, POS materiály, branding a další prostředky na podporu prodeje. Zaměřuje se na sériovou výrobu a na náročné komplexní projekty. Ve vývojovém centru, designovém studiu, velkokapacitní truhlárně, výrobě a v servisních týmech po celé ČR dnes pracuje 140 zaměstnanců. MORIS design exportuje do 45 zemí.

Adresa: Tiskařská 4, 108 00 Praha 10

Telefon: +420 222 512 231

E-mail: moris@moris.cz

Web: www.moris.cz



Plzeňský Prazdroj, a.s.

Plzeňský Prazdroj založili a postavili společnými silami právováreční měšťané města Plzně v roce 1842. V tehdejší Měšťanském pivovaru Plzni byla uvařena první várka spodně kvašeného ležáku, který následně dobyl celý svět pod jménem Pilsner Urquell, a který dal název celému jednomu druhu pív – Pils. Plzeňský Prazdroj je významným výrobcem a exportérem českého piva, které vaří ve čtyřech pivovarech, v Plzeňském Prazdroji a Gambrinusu v Plzni, v Radegastu v Nošovicích a pivovaru Velké Popovice ve středních Čechách. Plzeňský Prazdroj vyváží pivo do více než padesáti zemí po celém světě.

Adresa: U Prazdroje 64/7, 301 00 Plzeň

Telefon: +420 377 062 111

E-mail: info@prazdroj.cz

Web: www.prazdroj.cz



Plzeňský Prazdroj Slovensko, a.s.

Ako jeden z najlepších pivovarov na Slovensku ponúkajúci skvelé produkty od roku 1967 sme sa stali súčasťou rodiny, ktorá má hlbšie korene. Stála pri zrode nášho piva. Naše pivo. Unikátny spodne kvasený svetlý ležiak zrodený z umu a z odvahy vydať sa novou, neprebádanou cestou. Dal názov dnes najpredávanejšiemu typu piva na svete (Pils, Pilsner). Svoju jedinečnosť a výsadné postavenie si však uchoval dodnes. Celý svet ho pozná pod menom Pilsner Urquell. Do našej pivnej rodiny tak patria okrem slovenských značiek Šariš, Smädný mních a Topvar aj značky Plzeňského Prazdroja, ktoré okrem Pilsner Urquellu tvoria aj skvelé piva Gambrius, Radegast, Velkopopovický Kozel a nealkoholické pivo Birell, ktoré dopĺňajú aj jeho ochutené varianty. Ďalšími alkoholickými nápojmi Plzeňského Prazdroja sú obľúbené cidery Kingswood a Frisco. Zárukou kvality sú okrem poctivého výberu surovín aj rokmi preverená receptúra a tradičné umenie našich sládkov.

Adresa: Pivovarská 9, 082 21 Veľký Šariš, Slovenská republika

Telefon: +421 850 111 258

E-mail: prazdroj@asahibeer.sk

Web: www.prazdroj.sk



POS Media Czech Republic, s.r.o.

POS Media Group již 21 let nabízí širokou škálu produktů a služeb v oblasti reklamy v místě prodeje v maloobchodních řetězců a obchodních centrech. Součástí portfolia jsou i promo aktivity, ochutnávky, merchandising, digitální řešení a komplexní retail marketingové poradenské služby. Původně evropský lídr, který působil v osmi zemích Evropy, spojil své síly se společností Omni Marketing Global a nyní poskytuje služby více než 250 obchodním řetězcům a má přes 10.000 spokojených klientů ve 24 zemích.

Adresa: Budějovická 778/3, 140 00 Praha 4

Telefon: +420 261 198 801

E-mail: info@posmedia.cz

Web: www.posmedia.cz



POS Media Ukraine

POS Media Ukraine is a marketing and advertising agency based in Kiev, Ukraine.

We focus on modern trade media communication including creative, POSM, digital, BTL and integrated marketing communication activities for B2C and B2B.

Our portfolio includes retail partners in Ukraine such as NOVUS, SILPO, Tavria, FOZZY and plenty of other chains thanks to our proven track record of maximizing revenue, reducing costs and improving the in-store environment and shopping experience. We represent top global brands such as Unilever, P&G, Coca-Cola, Nestlé, Mondelez, Heineken, and many more including local companies

Adresa: 22 Rybalska Str., office 3.02, 02000 Kyiv Ukraine

Telefon: +38 044 351 13 15

GSM: +38 050 444 24 91

E-mail: info@pos-media.com.ua

Web: www.pos-media.com.ua



ppm factum

ppm factum je leaderem v oblasti podpory prodeje na moderním trhu. Events&Promotion divize ppm připravuje koncepční řešení jak pro prostředí in-store, tak se stala významným hráčem i na poli aktivit v outdooru a v pořádání eventů.

Adresa: Bucharova 1281/2, 158 00 Praha 13

Telefon: +420 733 149 293

E-mail: kral@ppmfactum.cz

Web: www.ppmfactum.cz

www.ppmevents.cz



REDA a.s.

Příběh společnosti REDA a. s. se začal psát v roce 1991. Již 28 let se specializujeme na výrobu, potisk a prodej reklamních a dárkových předmětů. Svým klientům zastřešujeme kompletní logistické projekty a služby, mezi které patří servis vlastního e-shopu, využití skladových prostor, vyskladňování a distribuce zboží dle požadavků a mnoho dalšího. Naším hlavním prodejním nástrojem je tým profesionálů, který vám vždy poradí s výběrem reklamních předmětů a doporučí nejvhodnější potiskovou technologii, a to z řad kuličkových per, hrnků, kancelářských potřeb, cestovních potřeb, textilu, přívěsků, deštníků, kalendářů a PF karet, manažerských a luxusních dárků, IT a elektroniky, speciálních předmětů na míru a mnoho dalšího. Pečlivě sledujeme trendy v oblasti potisku reklamních předmětů a v současné době dokážeme potisknout předměty dle požadavků zákazníků 16 potiskovými technologiemi. V roce 2018 se REDA a. s. stala jednou z nejrychleji rostoucích skupin v odvětví reklamních a dárkových předmětů v Evropě díky spojení se společností Paul Stricker Group. Stále zůstává jedničkou na českém trhu zejména díky největším skladovým kapacitám s více než 16 000 paletovými místy a 30 miliony kusů zboží skladem. Řídíme se firemními hodnotami jako jsou Férovost, Otevřenost, Uznání, Respekt a Spolupráce a naším cílem je stát se první volbou zákazníka a kvalitním partnerem v našem oboru.

Adresa: Hviezdoslavova 55d, 627 00 Brno-Slatina
Telefon: +420 548 131 111
E-mail: info@reda.cz
Web: www.reda.cz



RETAIL OF THE FUTURE, s.r.o.

Společnost se zabývá fullservisem v oblasti retailu. Tým tvoří lidé se zkušenostmi z oblasti produkce a realizace retailových projektů. Váš projekt připravíme od návrhu designu, výroby, logistiky až po realizaci v místě prodeje. Naš záruční a pozáruční servis je Vám plně k dispozici, pro nás práce předáním projektu nekončí. V naší práci nám záleží na sebemenším detailu. Cílem našeho úsilí je zkvalitnění Vašich prodejních služeb, tedy podpoření Vašich cílů. Postaráme se, aby Váš projekt byl hrou s dokonalostí. Follow future, follow us.

Adresa: Nuselská 499/132, 140 00 Praha 4
Telefon: +420 241 400 312
E-mail: info@retail-future.cz
Web: www.retail-future.cz



SVETELNÁ REKLAMA & INSTORE SOLUTIONS

ROSS s.r.o.

Spoločnosť ROSS poskytuje zákazníkom produkty s jedinečným dizajnom, ktoré spĺňajú najvyššie požiadavky užívateľov a pomáhajú zvyšovať predaj. Zabezpečuje komplexný rozsah služieb, počnúc návrhom funkčného dizajnu, cez vývoj prvotného prototypu a overenie funkčnosti, až po vlastnú produkciu, montáž a servis s rozhodujúcou orientáciou na požiadavky klienta. ROSS, s rokom založenia 1992, pôsobí už viac ako 27 rokov na česko-slovenskom i zahraničnom trhu v oblasti výroby instore solutions, svetelnej a nesvetelnej reklamy.

Adresa: Hollého 205/52, 015 01 Rajec, Slovenská republika
Telefon: +421 41 5422109
E-mail: ross@ross.sk
Web: www.ross.sk



SÁRA, s.r.o.

Jsme POS továrna. Navrhujeme a vyrobíme POS materiály, reklamní stojany a poutače v atraktivním designu a perfektní kvalitě. Zvýrazníme právě váš výrobek v místě prodeje. Realizujeme kompletní interiér vašeho prodejního místa. Více než 1000 standardních produktů je pro vás připraveno v našem e-shopu. V profesionálním Design Studiu pro vás připravíme další 3D návrhy zakázkových řešení. 27letou zkušeností v oboru a členstvím v POPAI Central Europe zaručujeme vysoké standardy v kvalitě zboží i služeb.

Adresa: SÍDLO FIRMY: Podnásepní 450/1a, 602 00 Brno
 PRODEJNÍ KANCELÁŘ: Freyova 12/1, 190 00 Praha 9
Telefon: +420 283 892 140
E-mail: info@sara.cz
Web: www.sara.cz

SPEED PRESS +
reklamní a dárkové předměty

SPEED PRESS Plus a.s. **- reklamní a dárkové předměty**

Společnost SPEED PRESS Plus a.s. - reklamní a dárkové předměty je svým klientům partnerem a specialistou v oblasti reklamních a dárkových předmětů již 28 let. Navrhuje svým zákazníkům komplexní řešení a tím jim šetří i čas. Do svých nápadů vkládá kreativitu, emoce, radost a proaktivní přístup. Společnost je přímo napojena na výrobní závody nejen na dálném východě, přes které realizuje výrobu na zakázku, do které efektivně vkládá nejpřesnější otisk svých klientů. Disponuje vlastním výrobním a skladovým zázemím v Libušíně u Kladna. Poskytuje také kompletní logistické služby, e-shop, skladování i distribuci zboží. V portfoliu v současnosti nabízí 65 000 skladových předmětů. Za její práci hovoří realizace, reference klientů a ocenění na prestižních soutěžích. Ráda své klienty inspiruje také ve své vzorkovně s 8 900 předměty na ploše 460 m². Je držitelem certifikátu ISO 9001:2015. Značka SPEED PRESS+ byla oceněna v programu Czech Superbrands 2019. Výrobce samolepicích bločků SPEED-IT. Disponuje digitálními tiskovými technologiemi, na textil i 3D předměty, které umožňují plnobarevnost a možnost personalizace již od jednoho kusu. A také speciálním kruhovým laserem 360°, dále i vlastními běžnými technologiemi jako je tampon tisk, sítotisk, transfer, výšivka, ražba a sublimační tisk.

Adresa: Freyova 8, 190 00 Praha 9 – Vysočany
Telefon: +420 234 140 111
E-mail: sales@speed-press.cz
Web: www.speed-press.cz



Sprint Trading s.r.o.

Jsme jedním z předních výrobců 3D reklamních předmětů a POP/POS řešení. Již 22 let pro Vás vyrábíme kreativní propagační předměty na míru Vaším přáním. Vyrobité pro Vás obrovskou škálu propagačních předmětů - dárky pro věrnostní kampaně, přibaly, luxusní dárky klientům, POP/POS předměty, atd. Rádi Vám poradíme i s grafickým designem. V rámci našich šesti divizí získáte komplexní, ucelenou nabídku pod jednou střešou: 3D reklamní předměty, výroba kartonových POP/POS prostředků, prezentační systémy, vakuové tvarování, velkoplošný a maloplošný tisk i textilní výroba. Naši nedílnou součástí je samozřejmě konstrukční a vývojové oddělení. Mimo jiné naše společnost Sprint Trading s.r.o. získala celosvětově chráněnou patentovou licenci pro systém kartonových stojanů "SPRINT SYSTÉM", které se automaticky skládají i rozkládají a je možné je vždy poskládat do minimálních balíčků rozměrů. SPRINT SYSTÉM je prvotřídní produkt, který ideálně rozšiřuje náš stávající sortiment POP/POS prostředků a displejů. Všechny automatické displeje jsou navrženy jako snadno složitelné tak, aby zkrátily dobu implementace v obchodech a snížily tak klientům logistické náklady. Naši doménou je kreativita, neustálé hledání novinek, inovace a zjednodušování řešení. Jsme s Vámi již více než 22 let. Patříme v oboru stále ke špičce i díky investicím do vlastního technologického centra - výzkum, inovace, výroba. Jako výrobci Vám poskytujeme profesionální servis, inovaci, přímou komunikaci, kvalitu a konkurenční ceny.

Adresa: Praha, Ostrava, Bratislava, Guangzhou
Adresa: Netlucká 549/5a, 107 00 Praha 10 - Dubeč
Telefon: +420 597 317 800
E-mail: info@sprint-trading.eu
Web: www.sprint-trading.eu



Šafy production s. r. o.

Jsme eventová agentura, která zajišťuje služby v oblasti produkce a marketingu v České republice a na Slovensku již od roku 2010.

Za tuto dobu jsme si stihli vybudovat pevné vztahy s našimi klienty, pro které zajišťujeme akce nejrůznějšího charakteru a velikosti. Zajištění profesionálního personálu, logistiky, skladu i kvalitní foto a video dokumentace je pro nás samozřejmostí.

Náš tým je mladý, kreativní, proaktivní a hlavně flexibilní. Ke každému klientovi přistupujeme individuálně a seriózně. Nebojíme se výzev a pro každou aktivitu, kterou realizujeme, hledáme to nejvhodnější a zároveň nejatraktivnější řešení.

Chceme překvapovat. A svými schopnostmi chceme překvapit i vás.

Adresa: Údolní 212/1, 147 00 Praha 4

Telefon: +420 777 086 939

E-mail: jan.safar@safyproduction.cz

Web: www.safyproduction.cz



THIMM pack'n'display

THIMM pack'n'display ve Všetatech je součástí mezinárodní skupiny THIMM THE HIGHPACK GROUP. Skupina THIMM je vedoucím poskytovatelem obalových řešení. Portfolio řešení zahrnuje přepravní a prodejní obaly z vlnité lepenky, kvalitní prodejní stojany (displeje), obalové systémy z různých materiálových kombinací a tiskové produkty pro další průmyslové zpracování. Spektrum nabídky doplňuje široká paleta služeb týkající se obalového segmentu v rámci celého dodavatelského řetězce. K okruhu jejích zákazníků patří známé koncerny vyrábějící značkové zboží napříč všemi obory. Rodinný podnik založený v roce 1949 zaměstnává více než 3.000 zaměstnanců v 19 závodech v Německu, Česku, Rumunsku, Polsku, Francii a Mexiku a dosahuje ročního obrátu přes 570 milionů eur.

Adresa: U Nádraží 498, 277 16 Všetaty

Telefon: +420 773 001 724

E-mail: katerina.porizova@thimm.cz

Web: www.thimm.cz



TPR s. r. o.

Firma vznikla v roce 1997 a zaměřila se na výrobu nábytku. V současné době vyrábíme a zařizujeme kompletní vybavení interiérů bytů a budov, dále dodáváme nábytkové komponenty pro podporu obchodu a prodeje. Velký důraz klademe na kvalitu zpracování; tu se nám daří naplňovat díky modernímu strojovému vybavení a kvalitnímu týmu zaměstnanců.

Adresa: Čistá 424, 596 56 Čistá

Telefon: +420 730 155 644

E-mail: dudycha.jan@tpr-nabytek.cz

Web: www.tpr-nabytek.cz



UNiBON s. r. o.

UNiBON se déle než 25 let specializuje na navrhování, design, výrobu a instalaci originálních i typových interiérů prodejně-obchodních míst. Originální design, špičkové technologie a výroba, profesionalita, rychlost, flexibilita a kvalita služeb pro zákazníky s potřebou realizace komplexního vybavení celých prodejen, Shop in Shop, P.O.P / P.O.S. materiálů.

V rámci projektů UNiBON využívá a zpracovává širokou paletu materiálů jako jsou dřevo, plasty, kov, sklo a řada dalších. Strategická poloha v centru Evropy, 15 minut od mezinárodního letiště, spolu s moderním a komplexním zázemím jsou výhodami oceňovanými řadou mezinárodních zákazníků a značek.

Adresa: Pražská 1957, 274 01 Slaný

Telefon: +420 605 296 018

E-mail: eva.capkova@unibon.cz

Web: www.unibon.cz



up brand activation, s. r. o.

V up brand activation věříme, že nejlepší způsob, jak značky mohou navázat kvalitní vztah se svými spotřebiteli, je prostřednictvím trialu. Naší prací je vymýšlet jedinečné, kreativní a funkční způsoby, jak zprostředkovat zákaznickou zkušenost v phygital prostředí 21. století. Jednoduše, pomáháme zákazníkům zamilovat se do vašich výrobků. Mayer/McCann Erickson je full service reklamní agentura, která vznikla v roce 1994. Jsme filiálkou největší reklamní sítě McCann Erickson Worldgroup, jež působí ve více než 125 zemích světa, sídlí v 306 městech a spolupracuje s více než 4000 klienty.

Adresa: Porážka 206/4, 602 00 Brno

Telefon: +420 543 237 293

E-mail: info@upagency.cz

Web: www.upagency.cz



Wanzl spol. s r. o.

Společnost Wanzl je průkopníkem samooslužného prodeje a globálním lídrem ve vybavování obchodů. Vytváří a vyrábí produkty s vysokou kvalitou pro dlouhodobé použití, pro perfektní vizuální dojem a dokonale přizpůsobitelné individuálním požadavkům zákazníka. Celosvětově spolupracuje s předními mezinárodními a národními maloobchodními řetězci.

Adresa: Hněvotín 333, 783 47

Telefon: +420 605 235 100

E-mail: libuse.kopecka@wanzl.cz

Web: www.wanzl.com



WELLEN RETAIL EXPERIENCE

WELLEN RETAIL EXPERIENCE je mezinárodní retailová agentura s pobočkami v Praze, Torontu a Varšavě. Pomáhá klientům po celém světě vytvářet prodejní prostředí, a to od přípravy komunikačních strategií, návrhů interiérů, kreativních i digitálních řešení, přes in-house výrobu tiskových i 3D prvků, až po finální instalaci v místech prodeje.

Adresa: Čerpadlová 991/4a, 190 00 Praha 9

Telefon: +420 270 004 040

E-mail: info@wellen.cz

Web: www.wellen.cz; www.wellenretailexperience.com

GENERÁLNÍ PARTNER



AKCE JE POŘÁDÁNA
VE SPOLUPRÁCI
S AGENTUROU
UP BRAND ACTIVATION S.R.O.



HLAVNÍ PARTNEŘI



Pilsenský Prazdroj



authentica®
GLOBAL RETAIL PARTNER

KNOWINSTORE

PARTNEŘI

ODBORNÍ PARTNEŘI

DAGO

čermák
design

DEKOR

cms

paketo.one

u&we
advertising

AČRA MK ASSOCIACE
ČESKÝCH
REKLAMNÍCH
AGENTŮR
A MARKETINGOVÉ
KOMUNIKACE

SPONZOŘI

THIMM
THE HIGHPACK GROUP

sprint
trading

GAIA
EMOIONS TO YOUR BRAND & PLACE

HITCZ

Ki-Wi

nielsen

est. 1991
MANUFAKTURA®

Coca-Cola HBC
Česko a Slovensko

jansendisplay
see the difference!

eclipse.

90
RIITER PEN
www.riiter-pen.cz

HLAVNÍ MEDIÁLNÍ PARTNER

MEDIÁLNÍ PARTNEŘI

Zap'

Tap'

MEDIA
GURU

MAM
Marketing & Media

Brands&Stores
Brands&Stores

MÍSTO
PRODEJE.CZ