



## AUDI E-TRON

- Zadavateľ:** Porsche Slovakia s. r. o.  
**Príhlašovateľ:** 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.





## 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  
**POTRAVINY****POP AI  
AWARDS**

## JEDNOPALETÍ ORBIT CARS

- Zadavatel:** Mars Czech s.r.o.  
**Příhlašovatel:** 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.

KATEGORIE

**B**

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY  
**POTRAVINY**



**POPAI  
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".



## 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.





## 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 tyminy charakterizují Evropu. Karotka, dýňová semínka a žele s chutí limetky představují Ameriku. Zázvor a žele s chutí grapefruitu voní Dálným východem, Asií.

„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.





## 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 nádobí  
**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 světlý rám s potisknutým 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 nádobí působí rurálním a tradičním dojmem a prohlubuje v zákazníkovi pocit, že Coca-Cola je přesně to právě ke každému jídlu.





## 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...







## 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.





## 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 nezatemní 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**

**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 súčasťou novej podkategórie značky Birell, ktorá ponúka zdravšiu alternatívu k nealkoholickým ochuteným nápojom. Vizúálne sa produkt zamerne odlišuje od štandardnej rady Birell, aby tak oslovil nových spotrebiteľov. Uvedeniu v júni predchádzala teasingová kampaň, ktorá otázkou "Si alebo nie si?" vzbudzovala zvedavosť spotrebiteľov. Súčasťou predstavenia v trhu bol aj atypický kartónový stojan, ktorý bol s kreatívnou kampaňou prepojený otázkou "Si zvedavý?" na topperi, pričom spotrebiteľa upútal zvýraznený otáznik z vákuovo tvarovaného plastu podsvietený LED diódami. Police stojanu ďalej komunikovali hlavné benefity produktu, ktoré odlišujú Colu od Birellu od iných kolových nápojov sladených cukrom. V trhu bola novinka ďalej podporená brandingom nealko uličky na TESCO, paletovými vystaveniami na modernom a tradičnom trhu, ako aj masívnou samplingovou kampaňou.







TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY  
NEALKOHOLICKÉ NÁPOJE



POPAI  
AWARDS



12

## STOJAN RCC

**Zadavatel:** Kofola a.s.

**Přihlašovatel:** 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.



## DISPLEJ MAESTOSA

**Zadavatel:** De'Longhi 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 De'Longhi 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 De'Longhi se zpevněnou podestou. Na čelo displeje jsme umístili 3D logo značky De'Longhi a na horní část 3D logo označení kávovaru.

**13**

**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.





## 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.

Paletí bylo umístěno v prostoru s možností odběru zboží ze všech stran.

**15**



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY  
NEALKOHOLICKÉ NÁPOJE



POP AI  
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.



## HOKEJ E3 VYSTAVENIE

- Zadavatel:** Coca-Cola HBC Česko a Slovensko, s.r.o.  
**Přihlašovatel:** 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 „Niečo špecifické, čo prináša exkluzívny zážitok“. Na půdorysu 2 paletí tak vzniklo permanentní vystavení, které bylo nejen nosičem produktů, ale také vtipně dokreslovalo bouřlivou atmosféru mistrovství světa v hokeji. Nejpritažlivější 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 sedátko tak, aby zažili alespoň část hokejového šílenství, s nímž je hokejové mistrovství v českých a slovenských končinách neodmyslitelně spjata.







**18**

## **IDS BORJOMI PALLET DECORATION & BRAND BLOCK**

- Zadavatel:** IDS Borjomi Ukraine  
**Přihlašovatel:** 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.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY  
NEALKOHOLICKÉ NÁPOJE



POP&I  
AWARDS



## COCA COLA CATEGORY BRANDING & LED SHELF STOPPERS

**Zadavatel:** Coca cola Ukraine LLC

**Přihlašovatel:** 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 poustače 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.



## VÁNOČNÍ OSTROV BUDĚJOVICKÝ BUDVAR

**20**

**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 policek na pivní 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.





## TULLAMORE KAMPAŇ

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



## 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 lahví produktu, který je tvořený jen a pouze rýzí 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



## 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**





## **KOZEL MISTRŮV LEŽÁK SHOP-IN-SHOP**

- Zadavatel:** Plzeňský Prazdroj, a.s.  
**Příhlašovatel:** 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 pивní inovace Kozel Mistrův ležák. Hlavní prioritou je jeho masivní konstrukce vytvořená na základě grafického návrhu znázorňujícího řezbářské 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 právě "mistrovské dílo".

**24**



## RADEGAST SUCHO DVOUPALETOVÉ VYSTAVENÍ

**Zadavatel:** Plzeňský Prazdroj, a.s.

**Přihlašovatel:** 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 problematickému suchu. Kromě environmentálních aspektů by toto vystavení mělo v lidech vzbuzovat pocit žízně a samozřejmě chuť 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

**26**

**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.

**27**

## **RADEGAST - SOCHA S DIGITÁLNÍM DISPLEJEM**

**Zadavatel:** Plzeňský Prazdroj, a.s.

**Přihlašovatel:** 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.





**28**

## KARTÓNOVÝ STOJAN ŠARIŠ EJL

- Zadavateľ:** Plzeňský Prazdroj Slovensko, a. s.  
**Príhlašovateľ:** 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.



**29**



## GAMBRINUS 150 LET - STOJAN

**Zadavatel:** Plzeňský Prazdroj, a.s.

**Příhlašovatel:** 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, TABÁKPOPAI  
AWARDS

## PALETOVÉ VYSTAVENIE ŠARIŠ EJL

30

- Zadavateľ:** Plzeňský Prazdroj Slovensko, a. s.  
**Prihlašovateľ:** 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.



**31**

## STOJANY NA WHISKY (2 DRUHY)

**Zadavatel:** Play Retail

**Přihlašovatel:** UNIBON s.r.o.

**Autor:** Play Retail

**Materiály:** Lakovaná mdf, laminovaná dřevotříska, 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





## 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**

**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.

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**





**36**

## PALETOVÉ VYSTAVENÍ MOUNT GAY

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

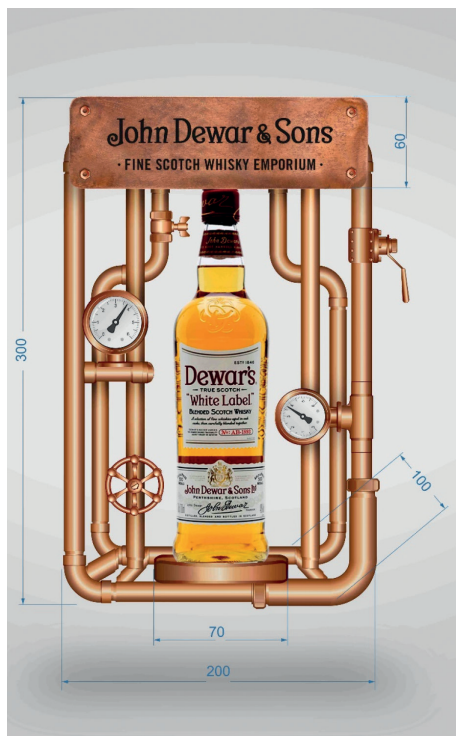
**Přihlašovatel:** atta creative s.r.o.

**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.



## DEWAR'S 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 DEWAR'S.

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.





## 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 hasící přístroj zabudovaný do čela regálu. Bylo vyrobeno celkem 5 kusů, které se pravidelně umísťují do různých maloobchodních řetězců na Ukrajině.



## 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 prezentovaný v maloobchodních řetězcích: Novus LLC., Silpo, Metro.





## COFFEESHOP

**Zadavateľ:** TIZIA spol. s r.o.

**Príhlašovateľ:** ROSS s.r.o.

**Materiály:** opál, LED, komatex, drevo, 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 prispôbené 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**

**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 dobířování 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.



## PILSNERKA

- Zadavatel:** Plzeňský Prazdroj, a.s.  
**Příhlašovatel:** 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 chápané formy interiéru české hospody.







## 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 převtěleno 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 svěřte 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.



**45**

## VYBAVENÍ PRODEJNY A KOSMETICKÉHO SALÓNU SISLEY PRAHA

- Zadavatel:** Sisley Kosmetika
- Příhlašovatel:** 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



## STOJAN PALMOLIVE SK

**Zadavatel:** Colgate - Palmolive Česká Republika spol. s r.o.

**Příhlašovatel:** LOGIK s.r.o.

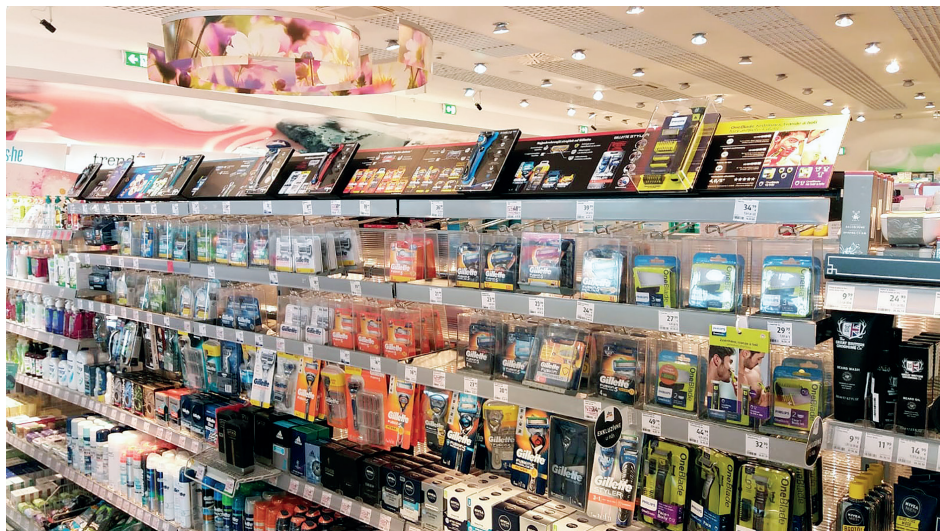
**Autor:** LOGIK s.r.o.

**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.

**46**

**47**

## PÁNSKÉ HOLENÍ DM SK

**Zadavatel:** Procter&Gamble

**Příhlašovatel:** 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**

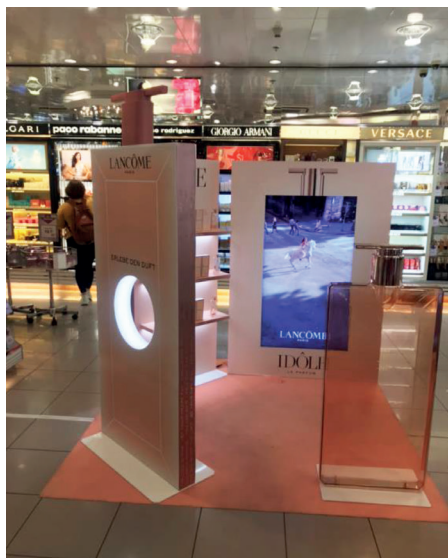
## STOJAN ZEW A BROCA

- 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 kapesníků v podobě odolnosti vůči prání.

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 kapesníků a zvyšuje visibilitu vystavení. LED diody nalezneme i v „bubnu pračky“.





## 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 rozprášení 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**



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY  
PÉČE O ZDRAVÍ



POPAI  
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 všerikající 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

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.







## DISPLEJ ETA SONETIC

**52**

- Zadavatel:** ETA, a.s.
- Příhlašovatel:** RETAIL OF THE FUTURE, s.r.o.
- Autor:** RETAIL OF THE FUTURE, s.r.o., BcA. Tomáš Palou
- Materiály:** Ohýbaný bílý plast, opálové 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, opálovým 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.



## SONICARE VYSTAVENÍ 2019

**53**

**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 hlavičky 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 akrylátovým dohraním. 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.



## ENDCAP NESCAFÉ DOLCE GUSTO

- Zadavatel:** Nestlé Slovensko s.r.o.  
**Příhlašovatel:** 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.



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.





## GONDOLA ROWENTA

**56**

**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, koberec, 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).

**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.

**Přihlašovatel:** DAGO s.r.o.

**Autor:** Dago Team

**Materiály:** dřevo, kov, plast, umělý trávník

**Použití:** hypermarkety, Pet Food Specialist

**Charakteristika:** Stojan Brit zasvěcený tím nejlepší 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.



## SUPER ZOO - PET SEKCE

- Zadavatel:** SUPER PET a.s.  
**Příhlašovatel:** 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 m<sup>2</sup> 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 chytré vyplňuje a zútluňuje 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 dominanta „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.

**59**





## 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 krmení 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 visibilitu 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 na 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 oknu na prémiovosti a originalitě. Velikost čela byla flexibilně zvolena dle typu a velikosti prostoru.





61

## VODAFONE NABÍDKA POD JEDNOU STŘECHOU

**Zadavatel:** Vodafone Czech Republic, s.r.o.

**Příhlašovatel:** 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.



## PREZENTAČNÍ STĚNA IOT TECHNOLOGIÍ

- Zadavatel:** Vodafone Czech Republic, s.r.o.  
**Příhlašovatel:** 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.

**62**



**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.





## 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

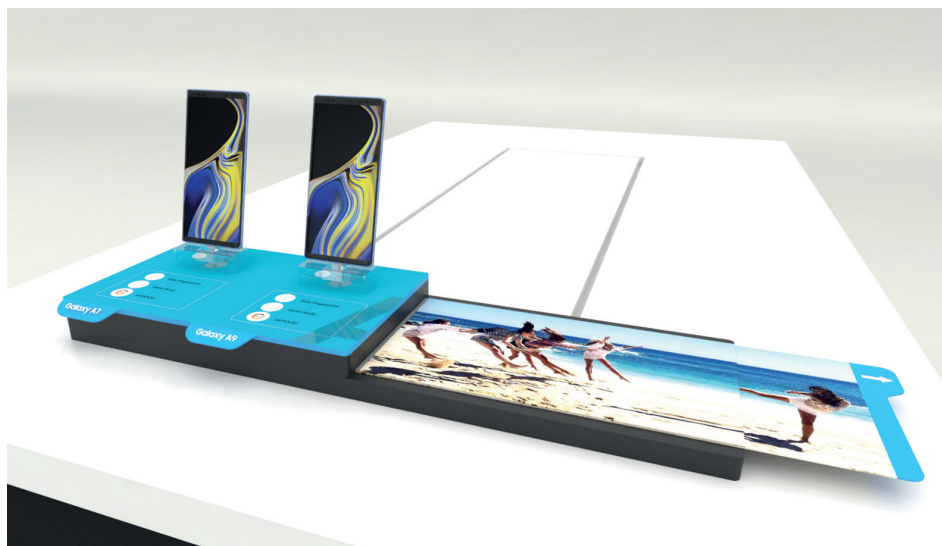
**Příhlašovatel:** Cheil Czech and Slovak

**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 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.



## 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.





## OSTROV LA SPECIALISTA

- Zadavatel:** DeLonghi Group
- Příhlašovatel:** 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 nejprémiovější 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**





## STOJAN NA MOBILNÍ TELEFONY SAMSUNG

**Zadavatel:** Formes & Sculptures

**Příhlašovatel:** 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 prémiovou prezentaci vybraných modelů mobilních telefonů

**68**



## NIKE FREE 5.0 IN-STORE 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 kolekcí 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.



## MVMT SHOP IN SHOP

**Zadavatel:** Movement Watch Co.

**Příhlašovatel:** 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 zastřešovala firma Dekor, spol. s r.o. Pro prezentaci shop-in-shop na 20 m<sup>2</sup> 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.

**70**





**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 překvapívá, ale také za sebou zanechává v paměti zákazníků emoční stopu ve prospěch prezentované značky!

**71**





## 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 světlé. 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**



## PRODEJNÍ STŮL YOURTABLE T.01

- Zadavatel:** Wanzl spol. s r.o.  
**Příhlašovatel:** 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**



## HURBAN LEGEND

**Zadavatel:** Heineken Slovensko

**Prihlašovateľ:** 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. Drevo 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**





## 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 regálu 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.







## **SAMSUNG BRANDSTORE PLZEŇ - DESIGN INTERIÉRU A PRODEJNÍCH STOJANŮ**

**76**

**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.



## SUPER ZOO - DESIGN KONCEPT

**Zadavatel:** SUPER PET a.s.

**Příhlašovatel:** 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 nejpřírodnější 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 vyžití 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 Zličně o rozloze 1 000 m<sup>2</sup> 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

**78**

## END CAP GAMBRINUS

- Zadavatel:** Plzeňský Prazdroj Slovensko, a. s.
- Příhlašovatel:** Plzeňský Prazdroj Slovensko, a. s.
- Autor:** Plzeňský Prazdroj Slovensko, a. s. - Wilson & Brown
- Materiály:** kov, plast, LED + individuálne dekorácie
- Použití:** COOP Jednota
- Charakteristika:** Cieľom tohto projektu bolo vyvážiť priestor pre vystavené produkty a pre kľúčové elementy súvisiace so značkou Gambrinus. Značke 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



POP AI  
AWARDS



79

## VYBAVENÍ PRODEJNY VELTA FREE SHOP

**Zadavatel:** Velta Free Shop

**Přihlašovatel:** UNIBON s.r.o.

**Autor:** UNIBON

**Materiály:** Laminovaná dřevotřísková deska, lakovaná ocel, plast, LED osvětlení

**Použití:** Nábytek pro vystavení a prodej multi-sortimentního zboží

**Charakteristika:** Komplexní řešení celé prodejny, jednotný design přizpůsobený různým sortimentům





## 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 40m<sup>2</sup> 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.



**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.



**82**

## **BOMBAY SAPPHIRE**

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

**Příhlašovatel:** ROSS s.r.o.

**Autor:** ROSS s.r.o.

**Materiály:** hliník, dibond, drevotrieska, opál

**Použití:** Prezentácia na akciách a konferenciách

**Charakteristika:** Mobilná svetelná prezentačná stena - podsvietený skladačí 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. Skladačí paraván je príkladom toho, že produkt môže byť prezentovaný s jednoduchosťou a zároveň efektívne.



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



**POPAI  
AWARDS**



## MODULÁRNÍ POP SYSTÉM PRO DOMÁCÍ SPOTŘEBIČE SAMSUNG

**Zadavatel:** Samsung Electronics Czech and Slovak

**Příhlašovatel:** 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 prodejcům umožňuje variabilní obměnu v závislosti na konkrétním produktu a jeho USP. Vizuální styl, design a výroba všech materiálů je dílem týmu Cheil Czech and Slovak.





## X-DARTS

**Zadavatel:** Plzeňský Prazdroj, a.s.

**Příhlašovatel:** 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.

**84**



**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. Zákazníky 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!



**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.



**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.





**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 kolečkami, 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.



## POZVÁNKOVÝ BOX CAMPARI

**89**

- 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**

**90**



## **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.

**Příhlašovatel:** 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**



**POPAI  
AWARDS**



## DESIGNOVÝ KOVOVÝ POPELNÍK GLO

- Zadavatel:** British American Tobacco Czech Republic, s.r.o.
- Příhlašovatel:** 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.



## DÁRKOVÝ SET CAMPARI

- Zadavatel:** Campari Austria GmbH  
**Příhlašovatel:** 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 dotu 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.





## 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 veselé 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 tvořeno čistě 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 tablety 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 se z 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. Toper 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.





TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY  
EKOLOGICKÉ KONCEPCE



POP AI  
AWARDS

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 prodejnách 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 prodejnách se sportovním vybavením.





## INTEGROVANÁ IN-STORE ŘEŠENÍ INTEGROVANÉ IN-STORE KAMPANĚ



POP AI  
AWARDS

99

# SEMTEX

**Zadavatel:** Kofola. a.s.  
**Příhlašovatel:** 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 spjata 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. Vyдали jsme se touto cestou, abychom energy drinky navrátili k jejich původnímu účelu, tedy k dodání správné energie. Dáváme tak spotřebiteli 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 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 zákaznicka a přijmout ji „za svojí“. 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 stělných efektů zobrazených ve spotech v médiích. Jedná se hlavně o kartonové stojany, které jsou ekologickou variantou svytvení a zároveň díky provedení v černé působí velice luxusně a prémiově. Dále jsou to SS LED, klasický SS, branding regálu, LED stripy, LED rámečky a další formy podsvícení produktů. Také se v rámci in-store kampaně podařilo umístit i fluorescentní 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 střechně. Nechybí komunikace různých druhů energie a formování značky jakožto specialisty na energii přesně dle výběru zákaznicka, 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.





## INTEGROVANÁ IN-STORE ŘEŠENÍ INTEGROVANÉ IN-STORE KAMPANĚ



POPAI  
AWARDS



# PŘESTAVBA NÁPOJOVÉHO CENTRA TERNO ČESKÉ BUDĚJOVICE

**Zadavatel:** Plzeňský Prazdroj, a.s.

**Příhlašovatel:** Plzeňský Prazdroj, a.s.

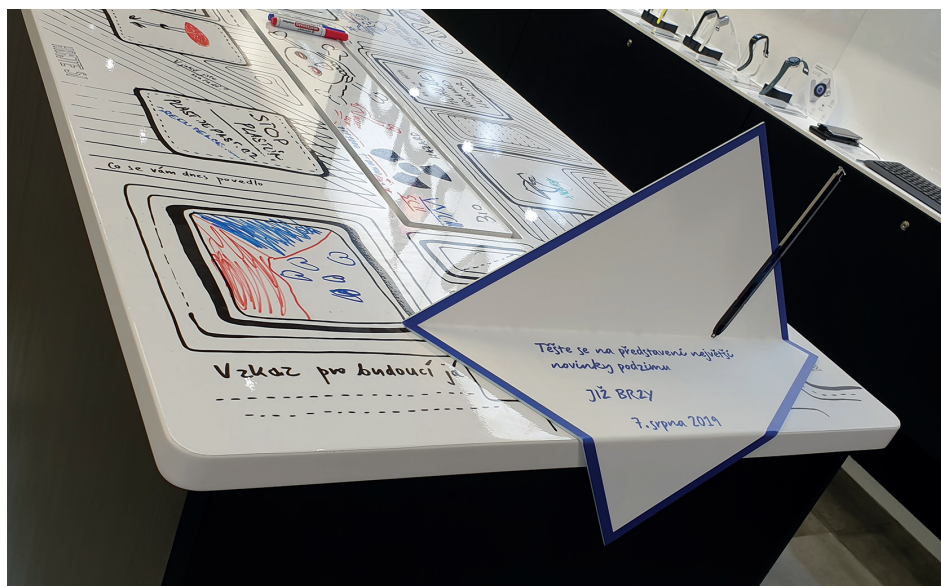
**Autor:** MORIS design s.r.o.

**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, regáloviny, navigaci a chladič 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.



## 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 Note10 a Note10+. 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 zákaznickovu 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



**102**

## PIVNÁ ULÍČKA

- Zadavateľ:** Plzeňský Prazdroj Slovensko, a. s.
- Príhlašovateľ:** 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 riešenie:** 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.
- Kreatívni riešenie:** Celý projekt je v súlade s už existujúcim riešením v sieti. Sekcia je ohraničená dreveným obložením a toppermí, 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 ve 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. Myšlenkou kampaně se tak stalo překlopení 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 baleních soutěžních 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 packagingu designu jejího vlahkového nápoje. Ikonické logo na etiketě dočasně doplnil nápis Góóól. Myšlenka #CokeRulez se propjala do kreativního řešení i ve všech ostatních kanálech. Během in-store samplingsu spotřebitele oslovily promotivní oblečené do kostýmů hokejových rozhodčích, které vybildly k rozehrání 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 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. Obzvlášť 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%.





**104**

## DIGITÁLNÍ TOTEM

- Zadavatel:** Heineken  
**Příhlašovatel:** 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.

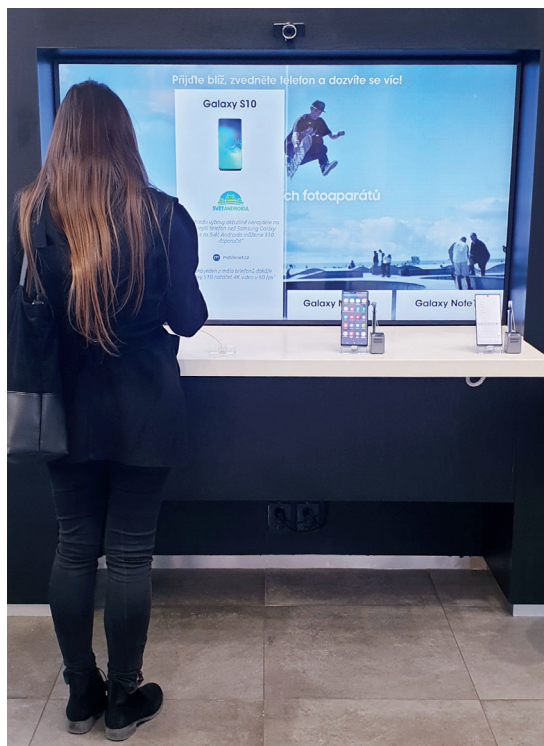


## MULTIFUNKČNÍ ROTAČNÍ STOJAN

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

**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**



**106**

## **DIGITAL WALL BAY PRO SAMSUNG BRAND STORE CHODOV**

- Zadavatel:** Samsung Electronics Czech and Slovak
- Příhlašovatel:** 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.



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



**POPAI  
AWARDS**



**107**

## EXCELENT MULTIPLAYER HRA

**Zadavatel:** Plzeňský Prazdroj, a.s.

**Přihlašovatel:** Plzeňský Prazdroj, a.s.

**Autor:** Grey dot s.r.o (vývoj, grafika, produkce)

**Materiály:** Multiplayer Hra

**Použití:** Excelent tanky je variabilní multiplayer hra určená k aktivaci na různých místech - od obrazovky v klubu po projekci na budovu vysokoškolských kolejí.

**Charakteristika:** Koncový uživatel dostane po zakoupení piva Excelent od promotéra voucher s návodem, který mu zároveň před začátkem hry vygeneruje QR kód. Tento kód promění každý chytrý telefon během chvíle v herní ovladač (bez nutnosti instalace). Hra představuje značku Excelent v dnes populárním retro stylu a herní mechanikou odkazuje na slavné tituly z minulosti herních konzolí.