

KATEGORIE

BTRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
POTRAVINY**POP AI
AWARDS****5**

SHOP IN SHOP STARBUCKS & NESCAFÉ DOLCE GUSTO

Zadavatel: NESTLÉ Česko s.r.o.

Příhlašovatel: Dago s.r.o.

Autor: Dago Team

Materiály: LTD, kov, plexi, jutový pytel

Použití: HM Globus

Charakteristika: Shop in shop „Domácí kávarna“, vytvořený pro společnost Nestlé, byl navržen tak, aby prezentoval kompletní sortiment jejich dokonalé kávy ve všech podobách, pro ten nejlepší požitek, který si doma zaslouží naprosto každý milovník kávy. Kontrast barev vystavení, oddělující jednotlivé brandy Starbucks a Nescafé Dolce Gusto, je natolik elegantně propracován, že už samotný nákup je naprostým zážitkem! Prémiovost tomuto vystavení rozhodně nelze odepřít.

Čistota provedení, kombinace prvotřídních materiálů a reálný jutový pytel, plný té nejvytříbenější zrnkové kávy, dodá vystavení už jen pomyslnou třešničku na dortu. Stačí si jen přivonět!



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
NEALKOHOLICKÉ NÁPOJE



POPAI
AWARDS



PALETOVÉ VYSTAVENÍ XMAS TRUCK-VELKÉ

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

Příhlašovatel: Sprint Trading s.r.o.

Autor: Tým Sprint Trading

Materiály: Karton

Použití: MT a TT trh CZ x SK

Charakteristika: Coca-Cola vánoční kamion je neodmyslitelnou součástí aktivace vánoc již více jak 20 let v Čechách a na Slovensku. Cílem tohoto vystavení je opět přivést toto spojení a atmosféru přímo na prodejní plochu a navodit tak kouzlo vánoc nakupujícím. Při zadání byl kladen maximální důraz pro realizaci vystavení v co nejménější kopii pravého Coca-Cola kamionu.





TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
NEALKOHOLICKÉ NÁPOJE



POPAI
AWARDS



PALETOVÉ VYSTAVENÍ NATURA

- Zadavatel:** Coca Cola HBC Česko a Slovensko, s.r.o.
Příhlašovatel: Dago s.r.o.
Autor: Dago Team
Materiály: karton, voština, PSH, vodní stěna, dřevo, strom
Použití: HM Albert

Charakteristika: Natura je značka kvalitní lokální pramenité vody, která putuje ve své nezměněné podobě ze země přímo až ke svým zákazníkům.

Úžasné je propojení vystavení a celé jeho přípravy s recyklací surovin, jelikož celý Shop-in-Shop je vyroben z plně recyklovatelných materiálů s tiskem na vodní bázi a zároveň prezentuje 100% rPET lahve, ve kterých je NATURA balená.

Proto je samozřejmostí a na to se dbalo od první chvíle přípravy, že se bude vystavení nést v duchu propojení s vyobrazením reálného prostředí Adršpachu.

Precizní vyhotovení každého detailu vystavení, v jehož srdci bublá a zurčí životodárná tekutina, kterou nám poskytuje sama příroda.

Zrak přitáhne nejen skutečná pramenitá voda, ale také opravdové, s láskou opečovávané borovice, které ulahodí také čichovým buňkám nakupujících. Základem vystavení je karton, pramen samotný chrání plexisklo. Čistota a úzké propojení s přírodou z tohoto díla přímo srší, přesně tak, jak je tomu u značky Natura samotné.

Zažijte svou žízeň po přírodě.



KATEGORIE

D

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
ALKOHOLICKÉ NÁPOJE, TABÁKPOPAI
AWARDS

SHOP-IN-SHOP BOŽKOV REPUBLICA

Zadavatel: STOCK Plzeň- Božkov s.r.o.

Příhlašovatel: Dago s.r.o.

Autor: Dago Team

Materiály: karton, plast, reálné prvky

Použití: HM Albert

Charakteristika: Značka Božkov uvádí na trh v rámci oslav Dne vzniku samostatnosti československého státu medovou novinku – rumový likér Božkov Republica Honey, který skvěle snoubí nasládlou chuť kvalitních třtinových rumů a lahodného včelího medu s jemným dozvukem mléčných karamelů. Na pohled vás zaujme svou zlatavě hnědou barvou a již při prvním doušku se vám v ústech příjemně rozlije jemnost a sladká chuť medu. Do barev a tvarů tohoto zázraku přírody je laděno i vystavení pro síť prodejen Albert kombinující karton a koplast. To si doslova pohrává se šestiúhelníky znázorňujícími medové plástve a s lehkostí je promítá do poliček a hexakošů. Decentní také zdobí podlahu pod nohama příchozích, kteří podlehli vábení barového posezení a dostali chuť na něco extra. Na stylovém černém barovém pultu už totiž čeká lahvička zlatavého moku, vhodná doplněná dózou na med. Prosím, posadíte se a užijte si chvíle pohody s tímto kouzelným nápojem, který si nejlépe vychutnáte samotný při pokojové teplotě.

19

KATEGORIE

F

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
DROGERIE, KOSMETIKAPOPAI
AWARDS

FA

- Zadavatel:** Henkel ČR spol. s.r.o.
Příhlašovatel: POS Media Czech Republic, s.r.o.
Autor: POS Media Czech Republic, s.r.o.
Materiály: Lepenka a forex
Použití:

Značka Fa ve své kampani upozorňuje na dlouhotrvající svěžest, která k jejím produktům neodmyslitelně patří, ale také na šetrný přístup k výrobě. Příroda se tak dostává do popředí i u takto tradičního výrobce a v tomto duchu je pojata i realizace shop in shopu. Odkazuje na objevování přírody a současně na přírodní ingredience a recyklované láhve – skrze Fa produkt tak lze objevit i kousek přírody. Samotná vizualizace podporuje i jednotlivé vůně a působí, v rámci prodejní plochy, nezvyklým, ale osvěžujícím dojmem. Tato kombinace pak spolehlivě přitahuje pozornost zákazníků. A samozřejmě navazuje na ATL kampaň.

- Charakteristika:** Stojan je navržen tak, aby co nejvíce připomínal skálu. Bočnice je složena z několika polygonů, aby efekt skály byl dosažen v co nejlépším měřítku. Následně je pak šikovně implementovaná grafika, aby bylo vše v souladu. Celý stojan je vyroben z lepenky a některé přední dekorativní části jsou z bílého forexu.

22



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
PÉČE O ZDRAVÍ



POP AI
AWARDS



SAUNOVÝ SVĚT SAUNIA

- Zadavatel:** Saunia, s.r.o.
Příhlašovatel: MORIS design s.r.o.
Autor: Arch. Mojmír Ranný
Materiály: Dřevo, 3D dřevo, kov nerez, kámen, ratan, podsvětlené plexi s info grafikou a brandem, zelená stěna z rostlin – vertikální zahrada a další.
Použití: Saunia v OC CENTRAL Kladno

Charakteristika: Úspěšný stavební projekt, který jsme dokončili pro největší síť saunových světů SAUNIA v ČR, je otevřen v OC CENTRAL Kladno. Elegantní dřevěný nápis SAUNIA, který Vás vítá, hned v úvodu ujišťuje, že vstupujete do výjimečně zdravého prostoru, kde se Vaše tělo opravdu zrelaxuje. Naleznete zde 5 typů saun, bar a příjemnou atmosféru a prostředí, které zaručeně osvěží Vaše tělo a mysl. Vše ve výjimečném materiálovém provedení a zpracování od dřevěného obložení stěn až po informační grafiku. Na tak rozsáhlé přípravě a realizaci se podílel celý náš tým od MORIS design až po naši stavební divizi MORIS construction. Saunový svět jsme tak mohli vybudovat od kompletní stavební úpravy až po výrobu interiéru. I zde se ukázalo, že opravdu na každém detailu záleží, neboť jsme si se zástupci Saunia s veškerými prvky detailně vyhráli nejen výrobně a technologicky, ale jako vždy i stavebně. Díky tomu se celý saunový svět stává opravdu výjimečným prostorem pro Relax.

25

KATEGORIE

G

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
PÉČE O ZDRAVÍPOPAI
AWARDS

DISPLAY UNIT ORAL-B

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

Příhlašovatel: Dago s.r.o.

Autor: Dago Team

Materiály: MDF, kov, plast, LED svícení

Použití: veletrhy

Charakteristika: Tato prémiová unita Oral-B iO je určena pro představení toho nejlepšího v péči o chrup. Návštěvníci veletrhů ji mohli spatřit nejen v ČR, ale také na Slovensku, v Chorvatsku a ve Slovinsku. Jejím hlavním úkolem je prezentovat aktuální novinky řady iO na trhu, kterým dává vyniknout ve svých černých kulisách. Prezentované produkty jsou odrazem technické dokonalosti a tak čistota a dokonalost sálá i z provedení samotného vystavení, kde je ještě umocněna kontrastem černé barvy a bílého loga. Lakovaná MDF dodává prezentaci ještě větší eleganci a samozřejmostí je i podsvícení edukace a zrcadlový rámeček. Chybět nesmí podium pro revoluční novinky s magnetickou iO technologií obklopené a zvýrazněné fialovou světelnou auroou, která pozvedává provedení na zcela jinou úroveň. Unita je zároveň velice variabilní a praktická, dá se dle potřeby použít jak samotná, tak v kombinaci s kovovou nohou ve stejném stylu. Oral-B se touto cestou jednoduše vydává ještě dál.

26



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



**POPAI
AWARDS**

29

Signify stojan na nové ekologické žárovky A+

Zadavatel: Signify Commercial s.r.o.

Příhlašovatel: Authentica, s.r.o.

Autor: Authentica, s.r.o., Authentica Design

Materiály: EE vlna + BC vlna, papírová voština 10 mm a PETG čirý 1 mm

Použití: Podlahový stojan do prodejny

Popis: Od našeho velmi oblíbeného klienta přišlo velmi zajímavé zadání a to vymyslet kompletní design a výrobu stojanu, který vhodně uvede (na český a slovenský trh) nový typ žárovky. Šlo o žárovku A+, která je maximálně ekologická.

V tomto duchu jsme vymýšleli i design a materiál, který by nejvíce vyhovoval zadání a požadavků klienta. Jde tedy o kombinaci EE vlny + BC vlny + papírové voštiny, kterou doplňuje čirý PETG. PETG byl zvolen z toho důvodu, že poměrně vhodně dokáže imitovat reálnou žárovku. Záměrně jsme po konzultaci s klientem, zvolili co nejvíce zelených tónů, aby i grafika reflektovala ekologický aspekt produktu. Stojany jsou k vidění v řetězcích Hornbach (CZ + SK). U některých kusů je součástí i LED podsвіčení.

Charakteristika: Podlahový stojan z více druhů materiálu. Produkty možno odebírat ze tří stran. Maximální počet vystavených produktů 32 ks.



KATEGORIE

I

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
HRAČKYPOPAI
AWARDS

STOJAN LEGO VEHICLES

Zadavatel: LEGO Trading s.r.o.

Příhlašovatel: Dago s.r.o.

Autor: Dago Team

Materiály: voština, karton, diody, reproduktor

Použití: CZ - hračkárství Sparkys, Bambule, Dráčik, SK - Alltoys, Dráčik

Charakteristika: Značka LEGO potěší nabídkou mnoha druhů aut a vozidel napříč produktovými řadami velké i malé stavitele, a přitom nezapomíná ani na stavitelky. Od prázdninových karavanů a zmrzlinářských dodávek přes hasičská či popelářská auta, helikoptéry, terénní vozidla, buldozéry a traktory, až po kaskadérskou arénu a závodnické vozy. Na své si opravdu přijde každý, bez ohledu na věk či pohlaví. Z kartonového stojanu vytvořeného na míru této jedinečné edici si na všechny kolemjdoucí brousí zuby neodolatelně barevný Monster Truck. Do svého světa se Vás snaží vtáhnout nejen svými, za pomoci světelných diod, blikajícími světly, ale také zvukem řvoucího motoru. Nesmí chybět také call-to-action slogan ve výšce očí. Po pravé straně je také možné prohlédnout si některé z produktů v již složené a finální podobě, což probudí tu správnou dávku zvědavosti a touhy bavit se. Tyto jsou samozřejmě chráněné proti případnému odcizení vitrínou z plexiskla, takže nezbyvá než si pořídit a poskládat pár vlastních kousků. Značka LEGO slibuje pořádnou jízdu a maximum zábavy.

32



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
PET FOOD



POP AI
AWARDS



ENDCAP PEDIGREE

- Zadavatel:** Mars Czech s.r.o.
Příhlašovatel: Dago s.r.o.
Autor: Dago Team
Materiály: LTD, kov, plast, Led svícení, umělá tráva
Použití: HM Globus

Charakteristika: Ve spolupráci se společností Mars Czech s.r.o. vznikl endcap, který bravurně zvládne od prezentovat hned čtyři z jejich brandů zároveň. Jedná se o zákazníky oblíbené krmivo značky Pedigree, které je umístěné na čelní straně a vévodí mu logo doplněné světelnou auroou. Snacky Dentastix pečující o zuby čtyřnohých miláčků, které patří také pod hlavičku Pedigree, jsou k nalezení na sousedící boční straně a světelnými efekty přímo hýří. Vedle loga zde podsvícením poutá také edukace a roztomilý obrázek zoubku signalizující, že bychom u mazlíčků na péči o ně neměli zapomínat. To vše nádherně doplňuje dřevěný model pejska. Sheba je lahodné a lákavé kočičí krmivo, a proto mu vévodí prémiová černá barva v kombinaci se světelným butonem. Rozhraní dělicím ji od drobných kočičích pochoutek Dreamies, kde je opět logo se světelnou auroou, kraluje elegantní kočka realizovaná 3D tiskem. Vše pak vhodně doplňuje umělý trávník lemující spodní část skrz všechny strany.

33



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
SLUŽBY



POPAI
AWARDS



SAUNOVÝ SVĚT SAUNIA

- Zadavatel:** Saunia, s.r.o.
Příhlašovatel: MORIS design s.r.o.
Autor: Arch. Mojmír Ranný
Materiály: Dřevo, 3D dřevo, kov nerez, kámen, ratan, podsvětlené plexi s info grafikou a brandem, zelená stěna z rostlin – vertikální zahrada a další.
Použití: Saunia v OC CENTRAL Kladno

Charakteristika: Úspěšný stavební projekt, který jsme dokončili pro největší síť saunových světů SAUNIA v ČR, je otevřen v OC CENTRAL Kladno. Elegantní dřevěný nápis SAUNIA, který Vás vítá, hned v úvodu ujišťuje, že vstupujete do výjimečně zdravého prostoru, kde se Vaše tělo opravdu zrelaxuje. Naleznete zde 5 typů saun, bar a příjemnou atmosféru a prostředí, které zaručeně osvěží Vaše tělo a mysl. Vše ve výjimečném materiálovém provedení a zpracování od dřevěného obložení stěn až po informační grafiku. Na tak rozsáhlé přípravě a realizaci se podílel celý náš tým od MORIS design až po naši stavební divizi MORIS construction. Saunový svět jsme tak mohli vybudovat od kompletní stavební úpravy až po výrobu interiéru. I zde se ukázalo, že opravdu na každém detailu záleží, neboť jsme si se zástupci Saunia s veškerými prvky detailně vyhráli nejen výrobně a technologicky, ale jako vždy i stavebně. Díky tomu se celý saunový svět stává opravdu výjimečným prostorem pro Relax.

35



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
SLUŽBY



POPAI
AWARDS



VODAFONE: LOKALIZACE KONCEPTU PRODEJEN

37

Zadavatel: Vodafone Czech Republic a.s.

Příhlašovatel: WELLEN a.s.

Autor: TEAM WELLEN

Materiály: 3D tisk, technologie, LCD, neon, dřevěná dýha, lamino, polepy

Použití: Prodejny Vodafone Praha Flora a Brno Vaňkovka, realizace jaro 2021

Charakteristika: Na základě výzkumu na téma lokalizované komunikace a vyhodnocení dat vzniká požadavek upravit a lokalizovat komunikaci, layout i nástroje v nově refitovaných prodejnách. Pro dva rozdílné projekty v Praze a Brně byly zvoleny lokalizované prvky a konvergentní koutky doplněny o interaktivní digitální prvky, které pojmu segmentovaný a lokalizovaný obsah nabídek. Dále je propojena komunikace a obrazovky vyvolávacího systému do jednoho celku. Prodejny jsou opatřeny digitálními LCD cenovkami. V obou prodejnách je navíc doplněn systém výběru příslušenství pomocí digitálního katalogu, aby ještě více podporoval prodej. Digitální prvky se tak stávají prodejním nástrojem prodejce a veškeré interakce je možné následně vyhodnocovat.

KATEGORIE

L

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
ELEKTRONIKA, IT PRODUKTYPOPAI
AWARDS

KIOSEK (SHOP IN SHOP) VODAFONE

- Zadavatel:** Vodafone Czech Republic a. s.
- Příhlašovatel:** MORIS design s.r.o.
- Autor:** MORIS design s.r.o.
- Materiály:** Bílá Kronospan HPL 8100 SM
Červená Kronospan Chilli Red 7113 BS
Sokl Kronospan Brushed Aluminium
Vitrážová červená fólie na vybraných prvcích
Koberec červený zátěžový
- Použití:** OC Atrium Flora v Praze

Charakteristika: Stánek pro společnost Vodafone slouží jako dočasné prodejní místo v obchodních centrech, ve kterých současně probíhá renovace kamenné prodejny. Byl navržen z flexibilních modulů, které kromě různých velikostních variant umožňují opakovanou montáž i demontáž a počítají s náročnými přenosy v rámci stěhování. Jednoduchý a čistý design nechá vyniknout branding, který je směřován kolmo na zákaznický tok a díky své barevné skladbě se stává snadno a intuitivně rozpoznatelným i ze vzdálených zón nákupních pasáží. Jednoduché a čisté linie, jsou doplněné o prostor určený pro prezentaci produktů, který je příjemně nasvícen. Tato kombinace vytváří jemný pocit elegancie i díky ergonomicky přívětivému tvarování rohů pracovní desky. Produkty jsou umístěné na bílých samostatných stojanech pro individuální vyzkoušení. Na začátku stánku je umístěn i designový desinfekční stojan s automatickým dávkováním, který chrání ruce zákazníků.

38

KATEGORIE

L

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
ELEKTRONIKA, IT PRODUKTY



**POPAI
AWARDS**



39



FOLDABLE PHOTO WALL

- Zadavatel:** Samsung Electronics CZ/SK
- Příhlašovatel:** Cheil GmbH Germany, pobočka Praha
- Autor:** Marián Ščipa
- Materiály:** ocelová konstrukce, dřevotřískové OSB desky, marmoleum, hliník, akrylát, led osvětlení
- Použití:** Exteriérové a interiérové expozice při uvedení nových produktů na trh v obchodních centrech a na náměstích.
- Charakteristika:** Fotostěna určená k představení nového výrobku a interakci se zákazníky

KATEGORIE

L

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
ELEKTRONIKA, IT PRODUKTYPOP AI
AWARDS

Čelo Philips OneBlade

Zadavatel: Philips Česká republika s.r.o.

Přihlašovatel: Authentica, s.r.o.

Autor: Authentica Design

Materiály: Základem čelního vystavení je černé a bílé lamino extra lesk, v kombinaci se samolepkami s matnou laminací a černým lesklým akrylátem. Maketa holicího strojku je vyrobená ze sklolaminátu s povrchovou úpravou mokrého lakování.

Charakteristika: Čelo představuje zákazníkovi novou řadu holicích strojků OneBlade. Vystavení zaujme na první pohled dokonalou kopií zvětšeného holicího strojku OneBlade, kterou zvýrazňuje světlý efekt. Na žiletce jsou vystavené produkty se stručnou charakteristikou, aby si klient vybral produkt dle svých požadavků. Čelo dominuje černé a bílé lamino v extra lesku, v kombinaci s černým lesklým akrylátem a samolepkami s matnou laminací. Vše podtrhuje sokl, prosvětlený do hrany. Nepřehlédnutelným poutačem je umístěná TV s video prezentací řady OneBlade. Pozornosti by neměl uniknout ani detail na zádech stojanu, kde je z lakované MDF desky vytvořena struktura utrženého letáčku OneBlade a v něm elegantně zabudovaná kapsa na letáčky.

Vystavení se nachází v Alza Praha Holešovice, Bratislava a Budapešť, kde je součástí ostrovního vystavení pro Philips.

40



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY

**TEXTIL, SPORT, OBUV,
OSOBNÍ POTŘEBY A PŘÍSLUŠENSTVÍ**



**POPAI
AWARDS**



42

STOJAN BUGATTI

Zadavatel: L - founders of loyalty

Přihlašovatel: Sprint Trading s.r.o.

Autor: Tým Sprint Trading

Materiály: Karton

Použití: síť drogerií Rossmann

Charakteristika: "Elegantní na každém kroku" - spojení tradice a ducha času. To je základní kámen této světové značky, jejíž produkty vynikají kvalitním materiálem a čistým designem. Bugatti je „módní společník“ pro každého z vás, který odráží uvolněný, ležérní, městský životní styl.

Společností L-founders jsme byli osloveni s požadavkem na vytvoření stylového stojanu s důrazem na elegantní módní doplňky značky Bugatti. Stojan propojuje prezentační část s částí prodejní. Nabízí tak zákazníkovi možnost si prohlédnout všechny produkty v rámci kampaně realizované ve spolupráci s drogerií Rossmann.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY PRVKY VYBAVENÍ INTERIÉRŮ OBCHODŮ



POPAI
AWARDS



LANCÔME SHOP-IN-SHOP

46

Zadavatel: L'Oréal ČR s.r.o.

Příhlašovatel: REXY s.r.o.

Autor: REXY s.r.o., DEX Digi experience s.r.o., L'Oréal ČR s.r.o., Notino s.r.o.

Materiály: lakovaná MDF - vysoký lesk, lakovaný kov, plasty, sklo, zrcadlo, fabric bannery, podlaha dřevěné lamely, Vescom tkanina, LED osvětlení, křišťálový lustr

Použití: parfumerie Notino, Arena Mall Budapešť

Charakteristika: Fungující koncept značky Lancôme a parfumerie Notino, zaměřený na skin care beauty technologie a na propojení on-line a off-line, vznikl spoluprací mezi L'Oréal LUXE designery z Francie, Notinem, českým L'Oréal LUXE týmem a agenturou REXY a DEX Digi experience. REXY dodala interiéry navržené designéry značky Lancôme, které musely odpovídat vysokým standardům dle guidelines a kvality značky, a zároveň podmínkám provozu a prostředí parfumerie Notino a obchodního centra. Značka Lancôme získala vestavbou shop-in-shop přesně vyhrazený a brand identity odpovídající prostor a zároveň větší vizibilitu. Tu podpořil i nově zrealizovaný boční vchod do prodejny, který zdobí Lancôme logo. Účelem byla nejen větší vizibilita značky, ale také zachycení hlavního „davu“ lidí, který proudí právě tímto směrem. Cílem tohoto prostoru je upozornit na nové implementované beauty technologie, které zpříjemňují nákupy pro zákazníky a zajišťují jim větší retail experience na prodejně. Vizibilitu značky i zážitek na prodejně, který je pro dnešního zákazníka klíčový, podporuje i digitální komunikace od DEX Digi experience. Digitální obsah, který spravuje DEX Digi experience na dálku pomocí vzdálené správy, běží na dvou 55" monitorech a okamžitě upoutá pozornost zákazníka.

KATEGORIE

P

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



**POP AI
AWARDS**



Big Window KaDeWe

- Zadavatel:** Beam Suntory Deutschland GmbH
Přihlašovatel: Authentica, s.r.o.
Autor: Authentica Design
Materiály: kombinace bílého lamina, 3D tisku, plastu...
Použití: Podpora prodeje

Charakteristika: Kinetická instalace, která upoutá pozornost každého kolemjdoucího a vtáhne diváka do světa ROKU – minimalistické čisté krásy. Instalace je složitě vytvořena ze 6 bylin - květ sakury, listy sakury, sansho pepř, yuzu, sencha čaj a gyokuro čaj, které vedou oči zákazníka k láhvi ROKU GIN, naplněnou 300 ks lahví roku gin. Instalace navodí pocit, jako by těch 6 bylin vycházelo přímo ze dna láhve. Je to vynikající způsob, jak zvýraznit byliny, díky nimž je Roku Gin jedinečný a dodává mu dokonale vyváženou chuť.

50



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



**POPAI
AWARDS**



54

KOLEKCE DÁRKOVÝCH PŘEDMĚTŮ 30 LET SPEED PRESS PLUS A.S.

Zadavatel: SPEED PRESS Plus a.s. - reklamní a dárkové předměty

Příhlašovatel: SPEED PRESS Plus a.s. - reklamní a dárkové předměty

Autor: SPEED PRESS Plus a.s. - reklamní a dárkové předměty

Materiály: různé - kolekce

Použití: Dárky byly v rámci výroční kampaně použity jako drobné dárky pro klienty a partnery při návštěvě vzorkovny reklamních předmětů i při různých příležitostech po celý rok. Kampaň byla také podpořena tištěnými inzeráty v časopisech, rollup bannery na akcích i online reklamou.

Charakteristika: V roce 2021 slaví společnost SPEED PRESS Plus a.s. výročí 30 let na trhu a při té příležitosti byla vytvořena kolekce drobných propagačních předmětů s výročním logem. Ty byly v rámci výroční kampaně použity jako drobné dárky pro klienty a partnery při návštěvě vzorkovny reklamních předmětů i při různých příležitostech po celý rok. Kampaň byla také podpořena tištěnými inzeráty v časopisech, rollup bannery na akcích i online reklamou. Tato kolekce je ovlivněna současnou pandemickou situací a proto obsahuje praktické dárky typu antibakteriální propisovací tužka, kovová klíčenka pro hygienické otevírání dveří s dotykovým koncem a žetonem do nákupních vozíků, antibakteriální gel na ruce nebo malý čistící antibakteriální ubrousek Pushclean a v neposlední řadě plnobarevně potištěný kryt na respirátor. Nezbytnost na cesty ve formě termohrnku s možností celoplošného plnobarevného sublimačního potisku. Ale také drobnou sladkost „na nervy“ v podobě plněného pardubického perníku ve tvaru srdce. Dárkový set byl doplňován v průběhu roku dalšími sezonními dárky.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
OSTATNÍ (PROTOTYPY, VZORKY)



**POPAI
AWARDS**



DEKORACE DO VÝLOH - KAMPAŇ OCEÁN

Zadavatel: Thomas Sabo
Přihlašovatel: Authentica, s.r.o.
Autor: Authentica Design
Materiály: 3D tisk – PLA Filament

Charakteristika: Jedno z významných v roce 1984 založených německých šperkařství se sídlem v Lauf an der Pegnitz si zakládá na dokonalé prezentaci svým šperků v T. Sabo Storech. Každoročně přijde Thomas Sabo s novým nápadem, kdy se daná kampaň prolíná přímo s tematikou šperku. Takto tomu bylo i u letní kampaně Oceán 2021. Umělecké šperky s motivy oceánu podtrhla umělecky ztvárněná 3D vlna. Vlna jako klidný, přesto energický element zrcadlí různorodost, jakou je možné nalézt ve všech špercích Thomase Saba.

59

KATEGORIE
S

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
EKOLOGICKÉ KONCEPCE



**POPAI
AWARDS**



TULLAMORE D.E.W. HONEY KIT

Zadavatel: Mast-Jaeger Maister s.r.o.

Příhlašovatel: Authentica, s.r.o.

Autor: Authentica, s.r.o., Mast-Jaegermeister CZ

Materiály: Voština 10 mm, BC vlna, E vlna, návlek 1 stranný tisk Kraftpack

Použití: Launch campaign - Box na vzorky Tullamore D.E.W. Honey a zároveň odpočívadlo pro včely

Charakteristika: Dárkový box, který komunikuje spojení blendy tří whiskey a poctivého českého medu. Z jedné strany je prostor na 5 lahvíček Tullamore D.E.W. Honey, z druhé strany je to hotel pro včely. Tedy není to jen obalový karton, který nemá další využití, ale snaha o udržitelnost a pocta českým včelám. Jako materiál byla zvolena voština, volně přeloženo jako pláštve včelího medu, kdy nám vzniká propojení s kampaní Tullamore D.E.W. Honey. A také propojení s přírodou, jelikož se jedná o snadno recyklovatelný materiál.

Buď zodpovědný a udělej něco pro přírodu! Krabice slouží i jako hotel pro včely. Stačí, když ho pověšíš na háček nebo položíš na zem. Unavená včela si bude mít kde odpočinout a odvděčit se ti prvotřídním medem.

68



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY KOMPLEXNÍ STORE KONCEPTY - DESIGN PRODEJEN



POPAI
AWARDS



KONCEPT OBCHODU MALVÍK

- Zadavatel:** Malvel s.r.o.
- Příhlašovatel:** MORIS design s.r.o.
- Autor:** MORIS design s.r.o.
- Materiály:** FE regály, LTD desky, desky s dekorem dřeva, led pásy, plexi, T-boardy
- Použití:** Obchod v Jirnech a několik dalších po Praze
- Charakteristika:** Obchod, který je nejdůležitějším bodem před narozením dítěte.



Důraz je kladen na grafické znázornění postavy čápa a nebe. Jasná symbolika narození dítěte a tím i spojení potřebných věcí pro blížící se termín porodu. Naším cílem bylo vytvořit místo, kde pořídíte vždy vše, co potřebujete k plánovanému začlenění nového člena rodiny. Od kočárků, autosedaček až po drobnosti nejen pro děti, ale i pro maminky. Ženskost a velmi lehká elegance díky barevnému provedení bílé a růžové se spojuje v každém detailu. Decentní, designově zpracované označení některých produktů vytváří dekorované ostrovy, kde jsou výjimečné produkty. Emocionální potřeba být natěšen a zároveň být velmi klidný a připravený na první okamžik, to vše spojuje postavička čápa a vyobrazení modrého nebe.

3D dřevěné vznášející se prvky jako čápi, mráčky a světélka umocňují pocit, že jste opravdu na správném místě. V obchodě i díky tomu dochází ke spojení dvou světů – tomu na nebi a na zemi.

Chybí vám něco pro nejdůležitější první dny? Malvík je přesně obchod pro maminky a děti, kde nejen nakoupíte, ale hlavně načerpáte velmi cenné inspirace přímo na místě. Proto zde naleznete inspirativní koutek, jak může dětský pokoj vypadat, herna pro děti, přebalovací a kojící koutek a mnoho dalších inspirací. Je zde vše, co potřebujete k prvním dnům.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
**KOMPLEXNÍ STORE KONCEPTY
- DESIGN PRODEJEN**



**POPAI
AWARDS**



FLAGSHIPSTORE WATERDROP BRNO

74

- Zadavatel:** Waterdrop Microdrink GmbH
Příhlašovatel: Authentica, s.r.o.
Autor: Authentica, s.r.o., Authentica Design
Materiály: dubové dřevo, ocelová konstrukce, travertinové desky se štípanou hranou, mechová stěna, frézované logo, světelný banner, textilie
Použití: Prodejna Waterdrop, Rašínova 4 Brno

Charakteristika: Vybavení interiéru první vlajkové prodejny Waterdrop v Brně vychází ze stejného konceptu jako flagship store ve Vídni a další po celém světě budou následovat. Lokace obchodu v úzkém centru města, na prestižní adrese na Rašínova 4 o podlahové ploše 66 m².

Klient se dlouhodobě zabývá ochranou životního prostředí, a proto na prodejně naleznete převážně přírodní materiály. Byly zde použity luxusní materiály jako dubová dýha, travertinové desky a zakázková mechová stěna, na které je umístěno vyfrézované podsvícené logo. Dominantou celé prodejny je právě tato mechová stěna a vodní bar, který má zákazníka upoutat přímo u vstupu do prodejny.

Na vodním baru v moderním a nadčasovém designu se nachází dvě baterie, které jsou napojené na sodovací přístroj. Zákazník má tedy na výběr ze tří variant – nechlazená, chlazená a perlivá voda.

Dle zadání klienta měla prodejna působit svěžím a čistým dojmem, ten podpořili 2 velkoformátové výlohy ve kterých budou umístěné podsvícené sezónní bannery a moderní výloha s výstavní plochou. Tu tvoří 6 velkých dubových kvádrů, které budou sloužit k prezentaci zboží, tato výloha je od hlavního prostoru prodejny odstíněna průhlednými a poloprůhlednými pasy textilie v pojezdných kolejkách.

Dále se na prodejně nachází čtyři vestavěné policové skříně, dvě prostorné komody ve středu prodejny a nízká komoda umístěná za hlavní výlohou prodejny. Důmyslně vymyšlená je i pokladna za kterou se nachází další úložný prostor se světelným bannerem.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
**KOMPLEXNÍ STORE KONCEPTY
- DESIGN PRODEJEN**



**POPAI
AWARDS**



MAGENTA EXPERIENCE CENTER

75

Zadavatel: T-Mobile Czech Republic, a.s.

Příhlašovatel: Proboston Creative s.r.o.

Autor: T-Mobile Czech Republic, a.s.

Materiály: Závěsná stěna: kovová (ocelová) konstrukce s laťovkou a betonem • Nástěnná grafika: Mactac WW300 • Podlaha: a) Např. výstavní stánek: kovová plastová konstrukce + dřevěná/laminovaná + vinylová (PVC) a/o samolep

Použití: Magenta Experience Centre je jedinečný vzdělávací prostor s neomezenými možnostmi. Místo žije nejrůznějšími workshopy, přednáškami a kurzy, které překonávají bariéry digitálního i technologického světa. Svůj domov zde ale najdou i inspirativní talkshow se zajímavými osobnostmi, zažijete tu spoustu zábavy, nebo si odpočnete se šálkem kávy. Cílem Magenta Experience Centre je inspirace, vzdělávání, zábava a networking. Chceme pomoci s digitální gramotností v Čechách. Věnujeme se i společenským tématům napříč cílovými skupinami. Prostor Magenta Experience Centre tak spojuje vše, co právě hýbe světem.

Charakteristika: Magenta Experience Center je unikátní vzdělávací prostor v obchodním centru Arkády Pankrác, který už od prosince 2020, kdy byl otevřen, slouží edukaci, setkávání i zábavě. Centrum je rozděleno do 7 zón: Tuning stage - svět mobilního příslušenství, Co-working Café - kavárna uzpůsobená pro práci na počítači, Co-working Kitchen - zóna s kuchyní plnou chytrých spotřebičů, Podcast studio - profesionální podcastové studio včetně obsluhy, Gaming - herní zóna vybavená konzolami Xbox, Magenta home - interaktivní ukázka chytré domácnosti a Easy Edu - prostor pro workshopy, přednášky, inspirativní setkání, školení a vzdělávací programy pro děti i seniory. Prostor je vybavený audiovizuální technikou, která umožňuje online streamy, hybridní eventy i odbavení videoprodukce. Každodenní program je k vidění na sociálních sítích Magenta Experience Centre..



INTEGROVANÁ IN-STORE ŘEŠENÍ
INTEGROVANÉ IN-STORE KAMPANĚ



**POPAI
AWARDS**



COSTA COFFEE: KAVÁRNA V JEDINÉ KAPSLI

78

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

Příhlašovatel: up brand activation, s. r. o.

Autor: tým up brand activation

Cíl a pozadí projektu: V druhém pololetí roku 2020 přibyla do portfolia Coca-Coly káva Costa Coffee. Samotná značka v Česku nebyla novinkou, spotřebitelé ji často znali z flagship kaváren. Nově vzniklou otázkou však bylo, jak rozšířit její konzumaci i do dalších kanálů, zejména kanceláří a domácností.

Strategické řešení: Bylo zřejmé, že ukázat nově rozšířenou dostupnost Costa Coffee lze pouze na místech, kde jsou zákazníci a kde mohou pít kávu. Naším cílem však nebylo dát jim pouze ochutnat. Chtěli jsme ukázat, že připravit si Costa Coffee znamená ponořit se do chuti vynikající kávy, která vás jedinou kapslí rázem přenesle do typické italské kavárny i doma nebo v kanceláři. Přesvědčit chuť, vůni – a následně vybědnout k nákupu. Museli jsme tedy zvolit nástroj, jenž umožní servírovat kávu v dokonalé kvalitě, zprostředkuje autenticky italského ducha, který již více než čtyřicet let k Costa Coffee neodmyslitelně patří a bude odrazovým můstkem k nákupu na doma či do práce.

Kreativní řešení: Když nemůžete do kavárny vy, doneste si kavárnu domů. S touto myšlenkou padla volba řešení na typické italské vozítko Piaggio, použitelné pro ochutnávku i podporu prodeje. Kampaň jsme rozprostřeli do retailu, přes HoReCa až k e-commerce. Shánění, přetváření vozidla na pojízdný kavárenský koutek a získání všech razítek byla fuška, ale o pár týdnů později již stála na ulici miniaturní italská kavárna se vším všudy. Se skvělou pákovou mašinou, cedulemi s ručně psaným menu, prvotřídním baristou, ale hlavně s vůní Mocha Italia, kávové směsi typické pro Costa Coffee. Její kompaktní rozměry pak umožňovaly překvapit zákazníky nabídkou skvělé kávy úplně všude: od samotného in-store, až po skutečně netradiční místa, jako uprostřed parku nebo v novém pražském Manifestu. S každým šálkem dostali zákazníci nabídku dopřát si stejné kávové potěšení i později doma či v kanceláři, jednak v podobě vzorků s možností dalšího nákupu v retailu, jednak tipů na netradiční kávové nápoje v HoReCa až po e-commerce aktivaci prostřednictvím QR kódů vedoucích rovnou do eshopu. Na eventech jsme spotřebitele překvapili i skutečně osobní verzí jejich kávy pomocí tisku portrétů přístrojem Selfie cup.

Výsledky projektu: Za tři měsíce letní kampaň jsme projeli všemi regiony České republiky. U páky kávovaru jsme strávili přes čtyři sta hodin. Téměř osm tisíc lidí naši kávu přímo ochutnalo, další tisíce dostalo vzorky a nabídku vyzkoušet chuť své oblíbené kavárny nyní i doma nebo v kanceláři. A o to přesně značce Costa Coffee šlo. Vyzkoušíte zážitek jako z kavárny i vy?



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



**POPAI
AWARDS**



MILKA OREO ČELO S TV

- Zadavatel:** Mondelez Czech Republic s.r.o.
Příhlašovatel: Mondelez Czech Republic s.r.o.
Autor: Total Marketing Support
Materiály: kov, PMMA, PVC, LED světlo,
televize, polyesterová pryskyřice
Použití: Globus Černý Most, Globus Olomouc

Charakteristika: Toto čelo spojuje dvě oblíbené značky Milku a Oreo. Obě značky udávají světové trendy, proto jsme zvolili řešení v podobě digitální obrazovky se vzdálenou správou. To nám umožňuje vysílat obsah vycházející z ATL, ale upravený tak, aby mu nakupující bezprostředně porozuměl. Televize je element, který naruší stereotypní jednání nakupujícího, upoutá jeho pozornost a tím zvýší pravděpodobnost nákupu. Čelo nese klíčové prvky obou brandů, které si nakupující okamžitě spojí s danými produkty.

