



POP AI STUDENT AWARD COMPETITION



POP AI
STUDENT
AWARD

POP AI STUDENT AWARD 2012

soutěž o nejlepší studentský design POP materiálu



POP AI STUDENT AWARD 2012

soutěž o nejlepší studentský design POP materiálu

Projekt studentské soutěže patří mezi významné projekty POPAI CE, které jsou realizovány v rámci programu spolupráce se studenty vysokých a středních škol se specializací na podlinkovou marketingovou komunikaci. Soutěž se za dobu své existence zaznamenala výrazný nárůst počtu soutěžních prací a jejich kvality.

**Partnery již šestého ročníku soutěže
POP AI STUDENT AWARD 2012 byly společnosti**

*Budweiser
Budvar*

Budějovický Budvar n. p.



a Nestlé Česko, s.r.o. – značky Maggi a JOJO

Studenti soutěžili o nejlepší design POP materiálu dle třech konkrétních zadání.



Podstatou zadání Budějovického Budvaru bylo navrhnout design stojanu či setu POP materiálů funkčních samostatně i jako jednotně komunikující celek pro speciální pivo Bud ve formátu 0,331 láhev. Navržené POP materiály jsou určeny k využití v klubech a nočních barech. Požadována je celoroční využitelnost v rámci standardní komunikace s možností snadné vizuální přeměny v případě plánované komunikační kampaně, cenové promoce nebo akční nabídky.

V případě zadání společnosti Nestlé Česko pro značku Maggi byl požadovaným typem POP materiálu parazitní stojan, který je univerzální pro portfolio Maggi kulinářských výrobků a který má být umístěn v oddělení zeleniny, masa, mraženého a chlazeného zboží. Stojánek slouží k nabídce produktů Maggi nápady, Maggi polévky a Maggi instantní polévky. Parazitní stojánek bude na prodejních vystaven v delším časovém intervalu bez ohledu na komunikační kampaně.

Brief pro značku JOJO se zaměřil na zviditelnění této značky prostřednictvím moderního a neobvyklého formátu POP, který vhodně doplní novou komunikační strategii značky (dětská značka, která se chce více otevřít dospělým). POP materiály by měly komunikovat výhody produktů JOJO: vynikající chuť, široký výběr unikátních tvarů a příchutí želé bonbónů, inovativnost, přírodní barviva. Dle zadání měli soutěžící vytvořit podlahový stojan ve velikosti čtvrtpalety s možností vystavení v prostoru ve větších formátech maloobchodů nebo u stěny / regálu v menších maloobchodech tradičního trhu.

Práce byly hodnoceny odbornou komisí, která byla složena ze zástupců z oblasti designu, zástupců zadavatelů reklamy, zástupců vyhlášovatele soutěže, zástupců z technologie – výroby POP a zástupců VŠ.



POP AI STUDENT AWARD 2012

an opportunity for new talents in the field of in-store communication

The POPAI CENTRAL EUROPE association organized in 2012 the sixth POPAI STUDENT AWARD competition, in which students competed for the best design of POP material according to the given brief by specific advertisers.

The competition is a part of a complex program of the association, which aims to promote the field of in-store communications, and that also means the future generation of professionals in this field.

The progress of the competition confirmed the increasing interest of students, representatives of schools and advertisers in participating in the competition.

Partners of STUDENT POPAI AWARD 2012



were Budějovický Budvar n.p.



and Nestlé Česko, s.r.o. – Maggi and JOJO brands



The goals specified by Budějovický Budvar company were to design stand or POP set that are functional independently as well as communicating unit for a special beer “Bud” in 0,33l bottle. The proposed POP materials will be used in clubs and bars. All year-round usage within standard communication is required including an easy visual modification in case of planned communication campaigns, promotions or special price offers.

The brief from Nestlé company for Maggi brand set goal for creating parasitic display that is universal for portfolio Maggi culinary products and should be placed in department of vegetable, meat, frozen and refrigerated goods. The display serves to offer product lines such as Maggi ideas, Maggi soups and Maggi instant soup. Parasitic display will be placed in stores over a longer period of time regardless of the communication campaigns.

The brief for JOJO brand was focused on visibility of this brand through a modern and unusual POP format which will complement the new brand communication strategy (children's brand that wishes to open up more towards adults). POP materials should communicate benefits of JOJO products: superior taste, wide selection of unique shapes and flavors of jelly sweets, innovation, natural dyes. According to brief, the participants in competition had to create floor stand in size of one fourth of pallet with the possibility of placement in space of larger retail formats or beside the wall / shelf in traditional retail market.

The jury consisted of representatives from the design field as well as advertisers, award organizers, POP producers and representatives from different Universities.



Slavnostní vyhlášení výsledků soutěže POPAL STUDENT AWARD 2012

Slavnostní vyhlášení výsledků soutěže POPAI STUDENT AWARD 2012 se uskutečnilo 22. listopadu 2012 v rámci gala večera v Hotelu Praha v Praze 6 - Dejvicích.

The ceremonial prize awarding annunciation of the POPAI STUDENT AWARD 2012

The competition results were announced at the gala evening of the POPAI AWARDS competition, which was held on 22 November 2012 at Hotel Praha, Prague 6 - Dejvice.

**Na základě hodnocení odborné poroty byly oceněny čtyři práce:
Based on the professional jury decision, four winners were chosen.**



Na základě hodnocení odborné poroty zvítězila v kategorii „Design POP materiálu dle briefu společnosti Budějovický Budvar“ práce „Sada POP materiálů piva BUD Premier Select“ od Petera Altamirana z Podnikatelské fakulty VUT.

In the category of best design for the Budějovický Budvar assignment, the project "Set of POP materials for beer BUD Premier Select" won, the author Peter Altamirano from Faculty of Business and Management, University of Technology.



Vítězem v kategorii „Design POP materiálu dle briefu společnosti Nestlé Česko – značka Maggi“ se stal návrh „Polévky jako od mámy - Maggi parazitní stojan“ od Veroniky Zeleznikové z UTB.

The winner of the POP design assignment of Nestlé Czech Republic – Maggi brand was awarded to „Soups as from my mom - Maggi parasitic stand“ the author being Veronika Zeleznikova from the Multimedia communications faculty, University of Tomáš Baťa in Zlín.



Jako nejlepší v kategorii „Design POP materiálu dle briefu společnosti Nestlé Česko – značka JOJO“ byl vyhodnocen návrh „Pytel plný chuti“ od Alice Endrychové z UTB.

In the category of best design for the Nestlé Czech Republic – JOJO brand assignment, the project "Bag full of flavors" won, the author Alice Endrychová from the Multimedia communications faculty, University of Tomáš Baťa in Zlín.



V soutěži bylo rovněž uděleno zvláštní ocenění - „Cena sympatie“. Toto ocenění získala práce „Stojan soudek pro portfolio Maggi“ od studentek z ostravské Střední umělecké školy Veroniky Faldynové, Veroniky Šašinkové a Martiny Svobodové.

A special award „The prize of sympathy“ was given to students Veronika Faldynová, Veronika Šašinková and Martina Svobodová from Secondary Art School Ostrava for the project „Keg stand for portfolio Maggi“.



Galerie soutěžních prací POP AI STUDENT AWARD 2012



Gallery of student projects presented within the POP AI STUDENT AWARD 2012 competition

BUD-BOX

Barový chladič box pro pivo Bud Premier Select. Některé vycházejí z klasického tvaru přepravky na pění láhve (láhvové boxy) v moderním minimalistickém stylu. Sbíry boxy jsou z průsvitných plastů a stejně jako celé dno jsou podsvíceny LED diodovými pásky. Použití tvrdé, materiálu a technologii tak dělá z celého boxu nepřehlédnutelný prvek na baru či zábratí. Tvar kvádru navíc umožňuje skládat jednotlivé boxy na sebe a vytvářet tak celé svítící sloupce.



©ET © Martin Kozák / www.spelenastibeligence.cz



Budweiser Budvar



CO JE PODSTATOU PROJEKTU?

Naučnou design má chladničku na bar pro speciální pivo Bud ve formátu 0,33 l. Pivo je vycházeno z dřevěného chladiče, jehož svou základní myšlenkou je slogan „Pivo je náš tekutý chléb.“

Velikost je připravená rozměry 120 pivo. Základní koncept je tedy dřevěná, vyladěná logem Budweiseru a již známým sloganem. Přední strana je tvořena dřevěným plechovkem, která lze otevřít a nabízí tak možnost si vnitř vycházet pivo. Na vnitřní povrch chladiče je použito materiálu uchycení chladič, což znamená, že to zabírá více místa a množství piva a baterie. Pivo jsou umístěny na 4 kolečkách z pravého kovu. Každá kolečka je připravená s vnitřní částí, díky které může být pivo uchováno v chladu. Pivo můžete také pivo snadno vyndat (můžete také pivo uchovávat v chladu o kolečkách). Napájení je vyřazeno do 230V (můžete také pivo uchovávat v chladu). Na zadní straně je také bílé osvětlení, které prosvítí pivo a chladič jim díky tomu vycházejí vlnit. Z boku chladiče se mohou napít různé etikety a připravit plánovaných rovině.

Chladička je dle svého názoru tradičním a originálním způsobem chlazení a zároveň design, který může pivo Budweiser Budvar.

Pivo je náš tekutý chléb.



Pivo je náš tekutý chléb.

Parazitní stojan BUD

Budweiser Budvar

zelené podsvícení -

- stojan na lahve 3x 0,33 l
- hliník



Stojan je určen do barů, restaurací a klubů, kde bude viset na zdi

Je možné jej uchytit pomocí jednoduchých konzolí a šroubků

Ve větším měřítku může být rozmístěn i jinde po místnosti jako odkládací pult i pro více pív



Jana Kotásková
Rok: 2012



pivní stojan bud

*Budweiser
Budvar*



plastový banner

spodní osvětlení

plechová podstava

Sřední umělecká škola
Ostrava | příspěvková organizace

Max Blíšák
2012

Minimalistický tvar stojanu
podtrhuje jedinečnost
nápoje, výrazná grafika
osloví každého oblíbence
piva. Díky jednoduchému
tvaru lze grafiku
za láhví
obměňovat
za aktuálnější.



*Budweiser
Budvar*

Reklamní stojan nejen na láhev
piva „Bud premier select“
vás upoutá svým
středovým umístěním,
ale i reklamou
a chytlavým sloganem.
Rozšířte své obzory,
pijte pivo
Budweiser Budvar!



Sřední umělecká škola
Ostrava | příspěvková organizace

Pavel Štíka
Rok: 2012



The door
is **always**
open for you,
gentlemen!

(Budweiser Premier Select)
author: Kubišová Lucia



Necessary for life





Budweiser Budvar

Návrh reklamního poutače pro firmu Budweiser. Jedná se o propagaci nejsilnějšího piva na českém trhu - BUD PREMIER SELECT. V práci jsem se inspirovala mušským netradičním koníčkem, konkrétně lovem. Slogan „TROFEJ MEZI PIVY“ vjadřuje jedinečnost tohoto výjimečného nápoje. Na modelu je použita firemní barevnost, která podtrhuje luxusní vzhled a jedinečnost českého podniku. Display je určen za barový pult. Je vyroben z ekonomického materiálu - lepenky. Lehce se s ním manipuluje a lze bez problému složit přímo v místě propagace.



Veronika Janečková, 3D design
1. ročník 2011/2012

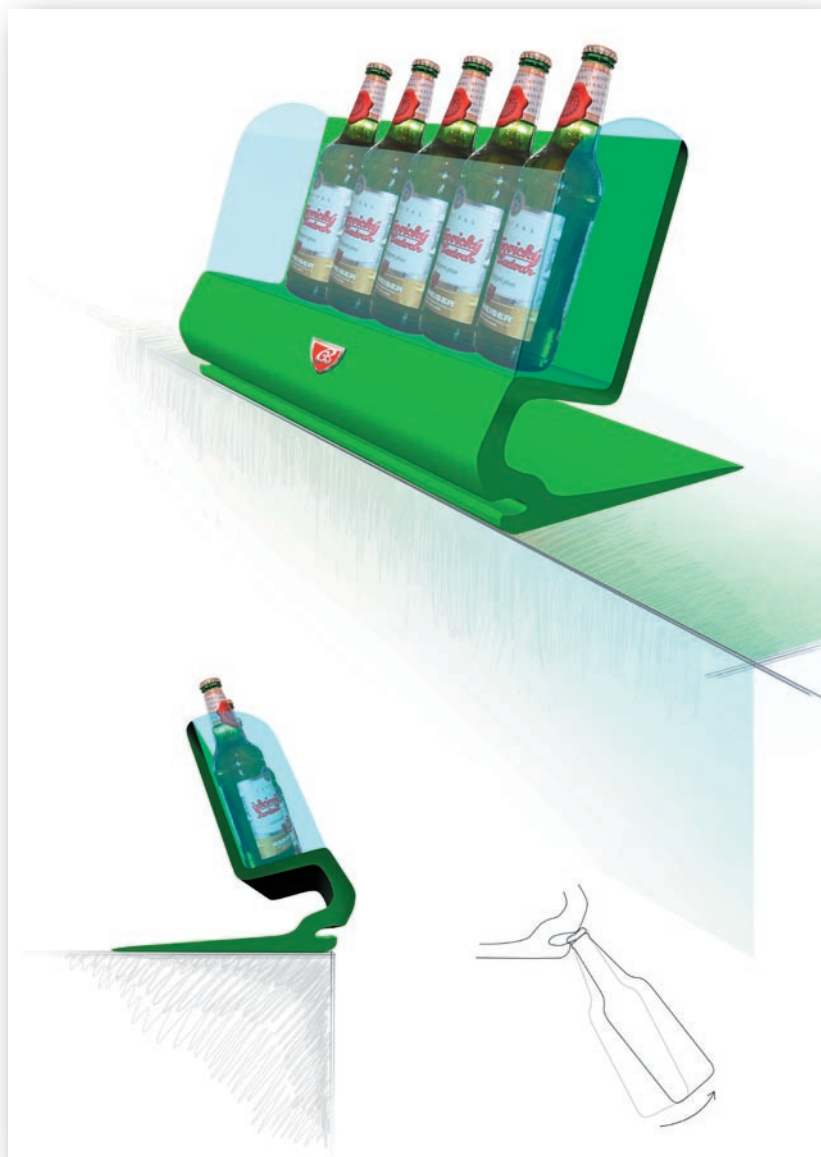




**SVIETIACI POS DISPLAY
URČENÝ NA ZÁPULTIE BARU
PRE FIRMU BUDWEISER BUDVAR**

**STOJAN SA SKLADÁ Z DVOCH ČASTÍ:
—PROPAGAČNÁ PLOCHA S PIVAMI BUD
—3D ŠTÍT S LOGOM BUDWEISER BUDVAR
V KTOROM JE UMIESTNENÉ SVIETIDLO**

KEĽČOVÉ SLOVÁ: HERALDIKA, TRADÍCIA, SILA



sada POP materiálů piva BUD Premier Select

Display pre umiestnenie v kluboch a nočných baroch na barovom plute, alebo zábarí, vytvorený z plastu, nerez a LED podsvietenia. Doplnkové POP materiály sú zamerané na umiestnenie na toaletách podnikníku. Podlahová grafika a samolepka sú vytlačené na samolepiaci laminovaný trvanlivý materiál. Na stene sú umiestnené klasické postery.



Peter Altamirano
Vysoké Učení Technické v Brně
Fakulta podnikatelská



Parazitní stojánek Maggi Šálek

Varianty výplně
-kartón
-polystyrén
-plast

Možnost materiálů
-plast
-karamika
-nerez

Střední umělecká škola
Ostrava | příspěvková organizace

Andrea Drozdová
Rok: 2012

Parazitní stojan

Značka hlavní cesty má zákazníka přilákat ke stojanu s produkty Maggi nápady a spojit ho citově se značkou svým sloganem.

Stojan je vyroben z překližky, kde je polepen barevnými foliemi.
Maximální počet sáčků je 15 kusů
5 sáčků v jedné řadě.

Střední umělecká škola
Ostrava | příspěvková organizace

Yaraslau Vaida
Rok: 2012



Parazitní stojánek Maggi – šálek

Andrea Drozdová
Střední umělecká škola v Ostravě



Hlavní cesta k chuti – Maggi

Yaraslau Vaida
Střední umělecká škola v Ostravě



Stojan pro Maggi

Adam Štěrba
Fakulta multimediálních komunikací, Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně



Máte pod čepicí?

Alice Endrychová
Fakulta multimediálních komunikací, Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně



PARAZITNÍ STOJAN Maggi

Stojan se skládá ze zadní desky (tvrdý polystyrén), na níž je potisk zeleniny (evokující, že výrobek je skutečně vyroben z reálných surovin), v desce jsou provrtané díry, jimiž je prostrčená a zafixovaná fólie, na které je z přední strany nalepené logo.
Do stojanu se vleze cca 15-20 sáčků Maggi dobrých nápadů.

Existují dvě různé varianty stojanu - stojan s dřevěnou deskou, na níž je černobílý šitotiskový potisk, a stojan s plastovou, polystyrénovou deskou, na které je barevný potisk na fólii.



Parazitní stojan Maggi

Jiří Pasecký
Fakulta multimediálních komunikací, Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně



Maggi - parazitní stojan

Karolína Fardová
Fakulta multimediálních komunikací, Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně



**MAGGI/
/parazitný stojan**

Stojan je riešený v tvare lyžice alebo varechy, ktoré majú nabudieť u zákazníka pocit hladu a chuti na Maggi výrobky. Na spodnej časti sa nachádzajú krabičky s obsahom 2-3 polievok, ktoré sú pripevnené o nosnú časť klasickou elastickou gumou v korporátnej farbe spoločnosti. Prichytenie je riešené jednoduchými výrezmi na zachytenie gumy a krabičky.



Bonbónový smíšek

Kartónový stojan do predajni o výške jedného metru. Smíšek priťahuje pozornosť svou hravostí a barevností. Mladší zákazníci určité osloví i svou malou velikostí, která jim bude vyhovovat při výběru svých oblíbených bonbónů.



Podlahový stojan JOJO

Jaroslav Rataj
Ostravská univerzita, Fakulta umění



JOJO bear

Kateřina Hlahůlková
Ostravská univerzita, Fakulta umění



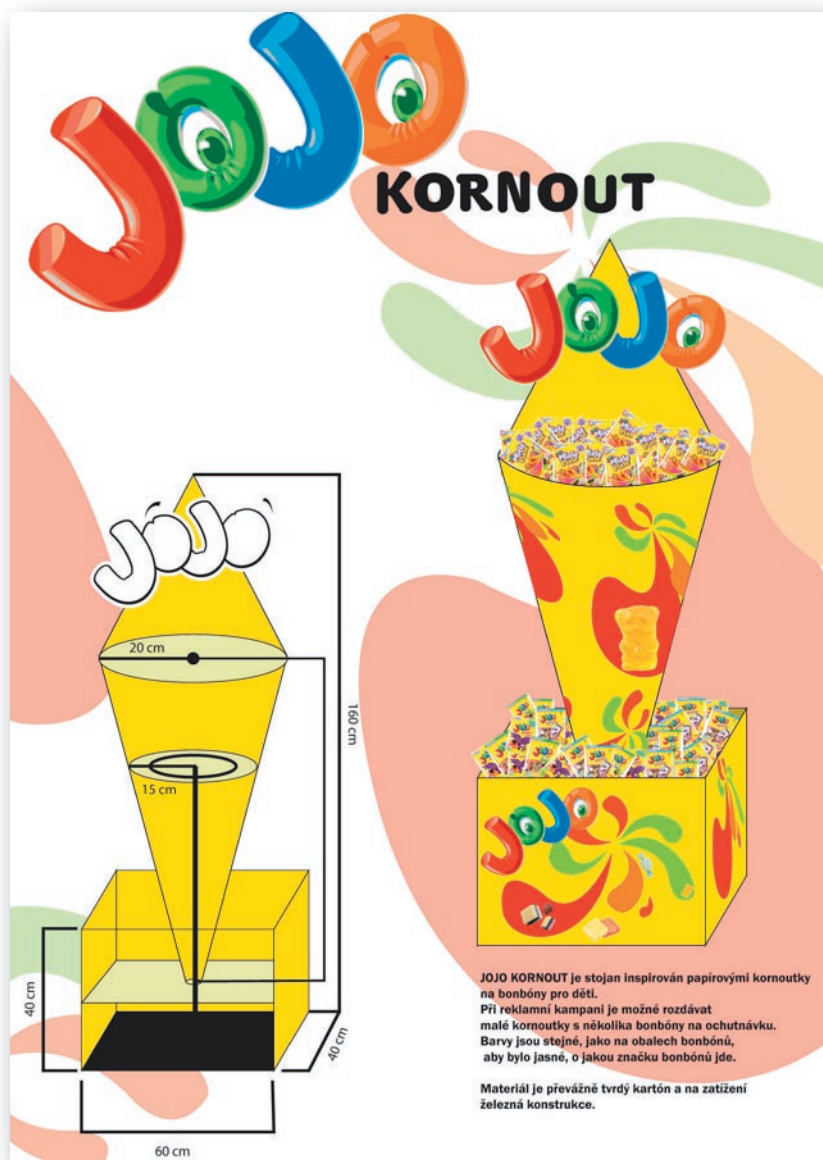
Děsivý stojan na bonbony JOJO

Markéta Vlková
Střední umělecká škola v Ostravě



Parazitní stojan JOJOTOČ

Veronika Kaštovská
Střední umělecká škola v Ostravě



JOJO KORNOUT je stojan inspirovan papirovými kornoutky na bonbóny pro děti. Při reklamní kampani je možné rozdávat malé kornoutky s několika bonbóny na ochutnávku. Barvy jsou stejné, jako na obalech bonbónů, aby bylo jasné, o jakou značku bonbónů jde.

Materiál je převážně tvrdý kartón a na zatížení železná konstrukce.

Stojan na bonbóny plný dobrodružství

Stojan by byl vyroben z velmi pevné lepenky, několika kovových nýtů a flexibilních sítěk, ve kterých by byly bonbóny uskladněny. Každá síťka by měla být dostatečně silná na to, aby udržela až padesát sáčků s bonbóny. To znamená, že lanka sítěk by měla být zhotovena z elastického a pevného materiálu.

Potisk stojanu jsem navrhla v duchu divoké džungle, která dostatečným způsobem evokuje dobrodružství a probouzí fantazii.



Zuzana Hliseniková, SUS Ostrava



JOJO kornout

Michaela Bartoszová
Střední umělecká škola v Ostravě



Stojan na bonbóny plný dobrodružství

Zuzana Hliseniková
Střední umělecká škola v Ostravě



Kolotoč plný chuti a osvěžení

Nogolová Kristýna
Střední umělecká škola Ostrava

Stojan na bonbony ve tvaru pouťového kolotoče.

Hlavní sloup otočný, podstava ve tvaru šestiúhelníku nebo kruhu.

Na každé části umístěny drátěné háčky, na níž by visely bonbony.

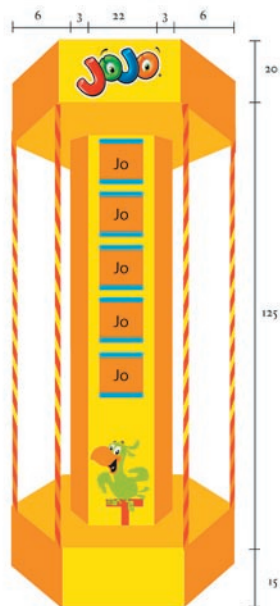
Stojen by obsahoval 5 x 6 háčků na bonbony.

To znamená cca 240 obalů s Jejo bonbony.

Danou přičiňt by prezentoval potisk s postavičkou dole.

Rozměry stojenu 40 x 40 x 160 cm.

Materiál: podstava a tyče hliník, karton.



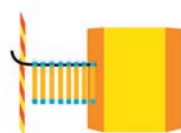
nahoře s obaly s bonbony a dole potisk např. papoušek
*rozměry v cm



kruhová podstava



šestiúhelníková podstava



z profilu háček i se sáčky bonbonů



LOĎ

Na sladké vlně chuti...

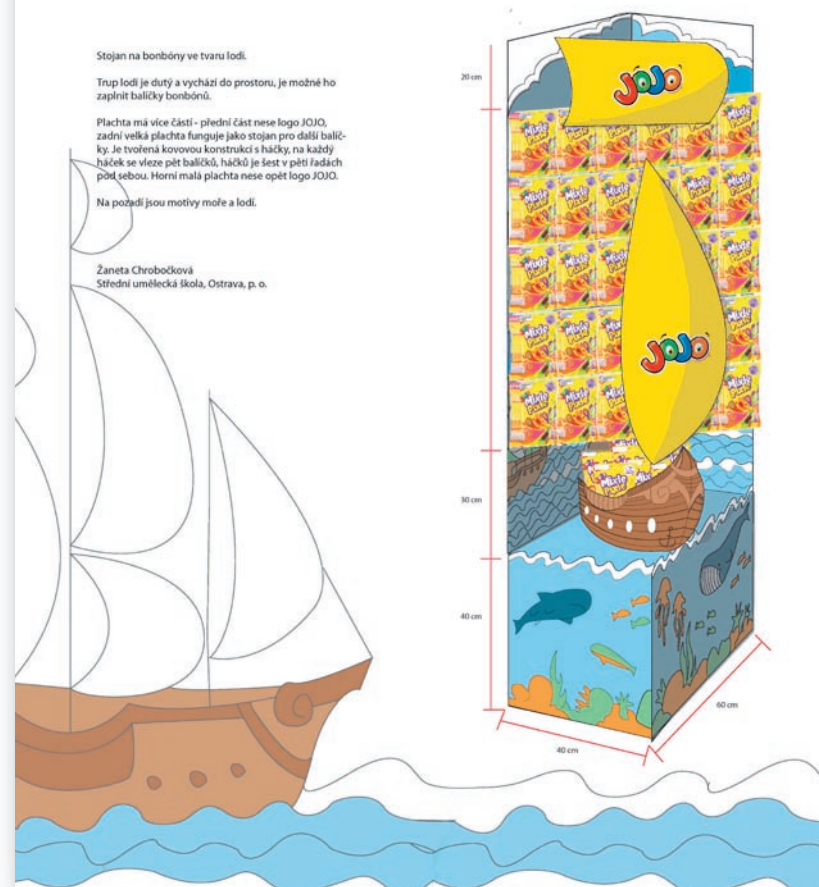
Stojan na bonbony ve tvaru lodi.

Trup lodi je dutý a vychází do prostoru, je možné ho zaplnit balíčky bonbonů.

Plachta má více částí - přední část nese logo JOJO, zadní velká plachta funguje jako stojan pro další balíčky. Je tvořena kovovou konstrukcí s háčky, na každý háček se vlezle pět balíčků, háčků je šest v pěti řadách pod sebou. Horní malá plachta nese opět logo JOJO.

Na pozadí jsou motýly moře a lodi.

Žaneta Chrobočková
Střední umělecká škola, Ostrava, p. o.





Pytel plný chuti

Alice Endrychová
Fakulta multimediálních komunikací, Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně



POS Display „Lezte nahor“

Klára Krnáčová,
Fakulta multimediálních komunikací, Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně



Podlahový stojan pro JOJO bonbony

Tereza Čížmárová
Fakulta multimediálních komunikací, Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně



POP stojan JOJO

Lucia Plevová
Fakulta multimediálních komunikací, Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně



**POP AI
STUDENT
AWARD
2012**



POP AI
THE GLOBAL ASSOCIATION FOR MARKETING AT RETAIL
CENTRAL EUROPE



POP AI CENTRAL EUROPE
vyhlašuje sedmý ročník soutěže
POP AI STUDENT AWARD 2013.

Tento ročník soutěže proběhne
v období leden – listopad 2013.

Soutěžní kategorie:

Nejlepší design POP materiálu (3D)
dle zadání od konkrétních zadavatelů.

Nejlepší grafický 2D návrh
dle zadaného briefu od konkrétních zadavatelů.

POP AI CENTRAL EUROPE
hereby also announces the seventh annual
POP AI STUDENT AWARD 2013.

This year's contest will run from
January to November 2013.

Contest categories The students compete in:

Designing the best POP material (3D)
based on the assignments from different advertisers.

Designing the best 2D graphic design based
on the assignments from different advertisers.

Informace a kontakt / Please contact us for further information:

POP AI CENTRAL EUROPE

Pod lesem 132, 500 11 Hradec Králové

Daniela Krofiánová

Tel.: +420 775 989 853, e-mail: dkrofianova@popai.cz

Marcela Pazourková

Tel.: +420 608 257 701, e-mail: mpazourkova@popai.cz

www.popai.cz

POP AI
The Global Association
for Marketing at - Retail

Asociace Point of Purchase Advertising International pracuje v rámci mezinárodní sítě pro více než 1.700 členských společností ze 45 zemí světa. Podporuje, chrání a rozvíjí širší zájmy point of purchase reklamy prostřednictvím průzkumu, vzdělávání, diskuzních setkání, budováním vzájemné komunikace a prosazováním zájmů v oblasti legislativy.

POP AI
The Global Association
for Marketing at - Retail

Point Of Purchase Advertising International is the only trade association exclusively committed to serving the interest of all those involved in the world of Point Of Purchase advertising. Membership of POPAI is approaching 1.700 from 45 countries worldwide. Education, globalization, technology, advocacy and research are the driving strategies behind POPAI's direction.