



Středoevropská kancelář POPAI CE pořádá soutěž

POP AI AWARDS 2014

o nejlepší prostředky komunikace a reklamy v prodejních místech



20. listopadu 2014

Kongresové centrum U Hájků, Na Poříčí 42, Praha 1

KATALOG EXPONÁTŮ

The Global Association for Marketing at - Retail

Podporujeme marketingovou komunikaci v místě prodeje



■ Středoevropská pobočka světové asociace POPAI

- sdružuje významné společnosti působící v oblasti in-store komunikace a retail marketingu,
- svými aktivitami podporuje tento obor v Čechách, na Slovensku i v ostatních středoevropských zemích,
- rozvíjí specializované programy pro jednotlivé sféry oboru: digitální komunikace, POP materiály, světelná reklama, reklamní dárky,
- rozšiřuje spolupráci se zadavateli reklamy i studenty vysokých škol se specializací na marketingovou komunikaci.
- pomáhá svým členům efektivně využívat reklamu v místě nákupu,
- je jedinečným zdrojem informací a novinek o POP oboru,
- realizuje výzkumy trhu zaměřené na efektivitu POP a analýzy nákupního chování,
- organizuje kontinuální vzdělávací program „Univerzita POPAI“,
- je pořadatelem soutěže POPAI AWARDS a konference Marketing at-retail POPAI forum,
- podporuje novou generaci odborníků v rámci soutěže POPAI STUDENT AWARD,
- zviditelňuje obor in-store komunikace a reprezentuje své členy v celosvětovém měřítku.



POPAI CENTRAL EUROPE

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

ATS Display Sp. z o.o.	6, 12, 15, 78
Authentica, s.r.o.	4, 5, 11, 13, 23, 24, 25, 26, 31, 32, 36, 37, 19, 63, 78
ČERMÁK DESIGN, s.r.o.	48, 79
DAGO, s.r.o.	3, 16, 28, 41, 47, 50, 51, 61, 69, 74, 79
DEKOR, spol. s r.o.	38, 39, 62, 79
Eclipse print a.s.	8, 64, 80
ENPLUG EUROPE	71, 80
EverWhere s.r.o.	70, 80
Hybrid Studio s.r.o.	72, 81
Kartpen s.r.o.	10, 22, 81
Ki-Wi Digital s.r.o.	76, 82
Klak&Son, a.s.	82
The LEGO Group	30, 82
Mondelez Czech Republic	7, 82
monit s.r.o.	75, 83
MORIS design s.r.o.	14, 29, 34, 40, 44, 45, 83
Pižeňský Prazdroj, a.s.	18, 65, 66, 67, 84
REDA a.s.	52, 53, 54, 55, 56, 57, 84
Respiro Upcycled Alchemy s.r.o.	60, 85
Retail Marketing Practice, s.r.o.	85
REX spol. s r.o.	42, 43, 86
Ross s.r.o.	33, 86
SPEED PRESS Plus a.s.	58, 59, 86
STI Group	1, 2, 9, 87
STORY DESIGN, a.s.	19, 20, 46, 87
WELLEN a.s.	35, 68, 73, 88
Willson&Brown Czech, s.r.o.	17, 21, 27, 88

A Potraviny

1

Kinder Xmas Mixed stand

Zadavatel:

Ferrero Česká s.r.o.

Přihlašovatel:

STI Česko s.r.o.

Materiál:

Karton, vlnitá lepenka

Použití exponátu:

v interiéru

Charakteristika exponátu:

Tento stojan je určený pro vrchol prodejní sezóny – vánoční trh. S ohledem na tuto skutečnost byl také vytvořen design stojanu – aby tvar a vzhled stojanu ladil s výrobky a zároveň podnítil vánoční atmosféru. Dále bylo potřeba zohlednit, aby stojan pojmul stanovené množství a rozložení výrobků.



Stojan KoKa

Zadavatel:

Nestlé Česko s.r.o.

Přihlašovatel:

STI Česko s.r.o.

Materiál:

karton, vlnitá lepenka

Použití exponátu:

v interiéru

Charakteristika exponátu:

Designově je tento stojan "ušitý na míru" oblíbeným čokoládovým tyčinkám Kofila a Kaštiny, takže je zde na první pohled patrná podpora značky. Stojan je velmi variabilní. Základem je 1/8 paletový stojan, který lze použít samostatně, nebo spojením s druhým vznikne 1/4 paletový stojan. Samozřejmě je možné kombinovat různé tiskové mutace.



A Potraviny



M&M's čelo

- Zadavatel:** Wrigley, s.r.o.
Příhlašovatel: Dago s.r.o.
Autor: Dago team
Materiál: Lamino, plexi, PSH, motor
Použití exponátu: Prémiové vystavení v síti Tesco

Charakteristika exponátu: M&M's čelo patří mezi revoluční pojetí endcupů. Využití prémiového vzhledu bezmála desítky technologií a zapojení mechaniky do podlinkové reklamy znamená čelo, která Vás bude v kategorii cukrovinek skutečně vybízet ke koupi. Mnoho zákazníků ke stojanu ze zvědavosti přijde a řada z nich se nechá zlákat k ochutnání M&M's bonbónů. Stojan je kompletně prosvětlen s možností variability polic a výměny vizuálu. Hlavními prvky jsou dvě nepřehlédnutelné postavičky M&M's, které se pohybují a lákají Vás k vystavenému zboží.

3

A Potraviny

4

STOJAN STUDENTSKÁ PEČEŤ

Zadavatel:

Nestlé Česko s.r.o.

Příhlašovatel:

Authentica, s.r.o.

Autor:

Authentica design

Materiál:

Karton,
vlnitá lepenka (EB, B, E vlna)
s kaširovaným natíraným
kartonem GD2, 230g/m²

Použití exponátu:

Interiérové

Charakteristika exponátu: Požadavkem klienta bylo vytvořit atraktivní stojan jako součást podpory prodeje značky STUDENTSKÁ PEČEŤ. Dalším požadavkem bylo použití pouze kartonu. Kreativním a konstrukčním výsledkem je čtyřpolicový stojan v barvách značky STUDENTSKÁ PEČEŤ a celkovým dojmem rozbalené nakousnuté čokolády. Celý stojan vytváří dostatek prostoru pro marketingové sdělení. Stojan tak z každého úhlu upoutává pozornost pozorovatele. Netradiční 3D vzhled nakousnuté čokolády dodává stojanu velkou atraktivitu a originalitu. Nosnost stojanu optimálně vyhovuje zatížení a převozu stojanu naplněného zbožím až na místo prodeje. Stojan je určen pro řetězce i tradiční trh v České republice a na Slovensku.



STOJAN CUKROVINKY DO ELEKTRO WORLD

Zadavatel:

Nestlé Česko s.r.o.

Přihlašovatel:

Authentica, s.r.o.

Autor:

Authentica design

Materiál:

Dibond, plast, kov

Použití exponátu:

Interiérové

Charakteristika exponátu: Požadavkem klienta bylo vytvořit permanentní display na cukrovinky. Kreativním a konstrukčním výsledkem je jedinečný otočný stojan s možností odběru zboží ze všech stran. Stojan je variabilní: zboží je možné vystavit v policích nebo zavěsit na háky, v čemž spočívá jeho velká výhoda. Díky použitým materiálům je display odolný a odpovídá nárokům prostředí, kterému je vystaven. Nosnost stojanu optimálně vyhovuje zatížení a době využití na místě prodeje. Stojan je určen pro řetězec Electro World v ČR.



A Potraviny

6

Ferrero Counter Display



Zadavatel / Customer: Ferrero Romania SRL

Přihlašovatel / Applicant: ATS Display Sp. Z o.o.

Autor / Autor: ATS Display Sp. Z o.o.

Materiál: Laminovaná konstrukce z dřevotřísky s plastovými prvky.

Material: Laminated chipboard construction with plastic elements

Použití exponátu: Obchodní řetězce s rychloobrátkovým zbožím

Place of use: FC channel

Charakteristika exponátu: Tento multibrandový pultový display vyžaduje minimální prostor a zároveň má mnoho výhod, jako je skvělé zviditelnění a snadný přístup k produktům. Výměnné komunikační prvky a jednoduchý moderní design dokonale ladí s identifikací značek produktů Ferrero.

Exhibit description: This multibrand counter display requires minimum space and at the same time has many advantages like great visibility and easy access to the products. Changeable communication and simple modern design of units perfectly harmonize with the identification of Ferrero brands.

A

Potraviny



Endcup Milka

Zadavatel: Mondelez Czech Republic s.r.o.

Přihlašovatel: Mondelez Czech Republic s.r.o.

Autor: Mondelez Czech Republic s.r.o.

Materiál: Lamino, plyš, dřevo, kov, aj.

Použití exponátu: Tesco

Charakteristika exponátu: Nové regálové čelo Milka, je praktickou ukázkou multisenzorické komunikace na prodejní ploše. Jednoduchá konstrukce za použití přírodního dekoru dřeva a funkčních 3D prvků, které přímo odkazují na tradici a esenci značky Milka nenásilně zapadá do prostoru nové generace prodejny Tesco. Použitě nasvícení a plyšová 3D kravička Milka přitahují pozornost zákazníků a vybízí je k dotyku, k pohlázení. Zároveň zajišťují výraznou vizibilitu v prostoru prodejny. Pohybové čidlo při příchodu zákazníka aktivuje zvukovou stopu a kravičku rozbučí. Tyto prvky pozitivně působí na emoce zákazníků, přispívají ke skvělému vnímání značky i interakci s produkty.

7

Mluvicí lama display

- Zadavatel:** Mondelez
Přihlašovatel: Eclipse print
Autor: Packshot
Materiál: cardboard kraft 390g
+ pvc 3mm
+ zrcadlový opál
+ koberec carpet s tiskem
+ „speaking element“

Použití exponátu:

použití v HM jako součást paletového vystavení

Charakteristika exponátu:

podpora prodeje nové značky na moderním trhu



B Nealkoholické nápoje

9

Automatický stojan Barista – flatpack

Zadavatel:

Nestlé Česko s.r.o.

Přihlašovatel:

STI Česko s.r.o.

Materiál:

Karton, vlnitá lepenka

Použití exponátu:

v interiéru

Charakteristika exponátu:

Tento stojan je unikátní svou inovativní konstrukcí. Dodává se kompletně slepený a na místě prodeje se složí pouze jedním jednoduchým pohybem, což výrazně zjednoduší a zrychlí manipulaci, sníží náklady a usnadní přepravu. Stojan je variabilní rozměrově (1/8, 1/5, 1/4 pal.) i designově.



B Nealkoholické nápoje

10



Nestlé / dárkového balení (kazety) pro kávu NESCAFÉ GOLD

Zadavatel: NESTLÉ ČESKO, s.r.o.
Příhlašovatel: Kartpen s.r.o.
Autor: Jiří Pojstl, Ivana Höslová
Materiál: GC1 350g/m², mikrovlna „E“

Použití exponátu:

Přijít s novou mechanikou promoce – dárková kazeta v období Vánoc, kdy je klíčová sezona pro prémiovou kávu NESCAFÉ GOLD pro CZ a SK trh. (Z pohledu kreativity spíše univerzální design vhodný i pro jiné příležitosti.) Počet vyráběných kusů: triopack: cca 4 000 duopack 100g: cca 3 000 duopack 200g: cca 6 000

Charakteristika exponátu:

Vytvoření duopacků a triopacků s důrazem na: • Nový výrobek z řady NESCAFÉ Gold -Barista • Nejvyšší výběr rozpustné kávy NESCAFÉ Gold obohacený o velmi jemně mletá kávová zrna • 100g balení v plechovce • Zdůraznit jako novinku v rámci vánoční promoce

B Nealkoholické nápoje

11

Display Sládkova limonáda

Zadavatel: Pivovary Staropramen s.r.o.

Přihlašovatel: Authentica, s.r.o.

Autor: Authentica design

Materiál: Měkký masiv, překližka, plná lepenka, dekorativní klobouk

Použití exponátu: Velkoobchodní síť

Charakteristika exponátu:

Přáním klienta bylo vytvořit stojan, který bude v souladu s vystavovaným produktem a podpoří prodejnost nealkoholického pivního speciálu.

Stejně jako je unikátní a přírodou inspirován produkt jenž je bez umělých barviv a konzervantů, tak i stojan byl vyvíjen v souladu s přírodou. Dřevěné bedýnky jsou vhodně doplněny kartonovými doplňky a slamákem, což kupujícího přenáší do dlouhých teplých dnů pozdního léta, provoněných obilím a daleko od ruchu velkoměst. Stojan byl zkompletován u výrobce a umístován jako jeden celek.

Díky podpoře prodeje v televizní kampani a netradičním pojetí POP materiálů /dřevěný stojan, leták z tenkého dřevěného papíru a ostatní POP materiály z materiálu FSC/, které byly produktu ušity na míru, se během 6 měsíců po uvedení stojanu na trh se prodej zvýšil o celou čtvrtinu.



B Nealkoholické nápoje

12

Modular Crate Cappy

Zadavatel / Customer:

Coca-Cola HBC Polska Sp. z o. o.

Přihlašovatel /Applicant: ATS Display Sp. z o.o.

Autor/ Autor: ATS Display Sp. Z o.o.

Materiál:

Překlížka v kombinaci s plastovými prvky.

Material:

Plywood with plastic elements

Použití exponátu: Obchodní řetězce s rychloobrátkovým zbožím

Place of use: FC channel

Charakteristika: Hlavním cílem bylo vytvořit přizpůsobitelný displej pro prezentaci výrobků Cappy. Značka Cappy nabízí něco více než jen džus. Museli jsme proto rovněž vytvořit něco více než jen displej. Řešením je modulární bedýnka z překližky. Uspořádání dvou nebo více bedýnek může být kombinováno mnoha způsoby, a to vedle sebe nebo na sebe. Existují také dvě možnosti, jak bedýnky na sebe položit - mohou být naskládány přímo nebo šikmo na sebe. V horní části displeje může být umístěna bedýnka plná čerstvého ovoce a zeleniny.

Exhibit description: The main objective was to create a customizable display to present Cappy products. Cappy offer something more than just a juice. So we had to create something more than just a display too. The solution is a modular box made of plywood. Two or more of them can be combined along and upward in many ways to make bigger arrangements. There are also two possibilities to put them one on another – boxes can be putted straight or diagonally on themselves. On the top of each piece you can put a box full of fresh fruits or vegetables.



C Alkoholické nápoje

13

Display Carling

Zadavatel:

Pivovary Staropramen s.r.o.

Přihlašovatel:

Authentica, s.r.o.

Autor:

Authentica design

Materiál: Vlnitá lepenka, čirý PET

Použití exponátu: Velkoobchodní síť

Charakteristika exponátu: Na jaře roku 2014 byla na trh uvedena novinka: ovocný cider značky Carling. Součástí kampaně byla i tvorba displeje, který by pomohl komunikovat hlavní myšlenku, již je servírovací rituál a podávání nápoje s ledem.

Stojan byl tedy koncipován jako tradiční sklenice s ledovým ciderem s vhozenými kostkami ledu: tělo stojanu je tvořeno vlnitým kartonem a celkový dojem sklenice je dotvořen spodním a horním lemováním z čírého potištěného PET plastu. Stojany byly kompletovány u výrobce a v transportních návlecích dopravovány na místo prodeje. Display Carling je díky svému provedení důstojným prostředníkem marketinkového sdělení – osvěžuje a lahodí již na první pohled a plní tak svoji funkci na více než 100%.

Od klienta máme velmi příjemné reference na uvedení POP materiálu na trh, varianty stojanu se pro příští roky připravují i pro další země.



Prémiový stojan Stella Artois

Zadavatel projektu:

Pivovary Staropramen s. r. o.

Přihlašovatel a autor:

Moris design, s.r.o.

Materiál:

lamino, překližka HPL laminát leštěný nerez,
železo a hliník

Použití exponátu:

sít supermarketů Billa a hypermarketů Tesco

Charakteristika exponátu:

Čisté linie stojanu vycházejí z čistoty značky Stella Artois. Kombinace bílé a zlaté ve spojení s kovovými detaily a dominantním umístěním sklenice poukazují na hodnoty a tradice této značky. Výsledkem naší práce je prémiový stojan, který byl přihlášen do evropského katalogu na podporu značky Stella Artois.



Carlsberg Barrel Stand

Zadavatel / Customer: Carlsberg Sverige AB

Přihlašovatel / Applicant: ATS Display Sp. Z o.o.

Autor/ Autor: ATS Display Sp. Z o.o.

Materiál: Kovová konstrukce s práškovým nástřikem, police z dřevotřískových desek a prvků z překližky.

Material: Powder coated metal construction with chipboard shelves and plywood elements.

Použití exponátu: Obchodní řetězce s rychloobrátkovým zbožím

Place of use: FC channel

Charakteristika: Hlavním záměrem projektu bylo vytvořit novou prezentaci piva Carlsberg, která upoutá pozornost zákazníků. Přišli jsme s nápadem stojanu ve tvaru sudu, který splňuje zároveň požadavek malých rozměrů i velké kapacity. Tento tvar poskytuje 360° viditelnost v prodejně a dokonalý přístup k produktům. Oboustranná komunikační deska v horní části stojanu s výměnnými papírovými prvky slouží k prezentaci aktuální nabídky v místě prodeje.

Exhibit description: The main assumption of the project was to create a new eye-catching exposition of Carlsberg beer. So we came up with the idea of barrel shaped rack and bring small dimensions and a great capacity together. This shape provides 360° in-store product visibility and full access to the products. Double-sided communication header with changeable paper inserts is used to present a current offer at the point of sale.



C Alkoholické nápoje



Stojan Fernet Stock

Zadavatel: Stock Plzeň-Božkov s.r.o.

Přihlašovatel: Dago s.r.o.

Autor: Dago team

Materiál: Lamino, plexi, PSH, aj.

Použití exponátu: Prémiové prodejny, Letiště Václava Havla

Charakteristika exponátu: Při vytváření grafického návrhu permanentního stojanu Fernet Stock jsme se řídili přáním klienta - klást důraz na exkluzivitu (stojan je umístěn v prodejních prostorách Letiště Václava Havla). Zároveň jsme respektovali požadavky na maximální prostorové možnosti prodejny, rozpočet a kombinaci vystavení dvou prémiových značek Fernetu. Hlavním požadavkem nebylo vyrobit stojan s co největší kapacitou, ale efektivně využít oba motivy brandu, které by upoutaly na prodejně pozornost konečného zákazníka. Snoubili jsme tak jednoduché technické řešení s důrazem na detaily zpracování.

16



MOËT & CHANDON

- Zadavatel:** MOËT Hennessy
Příhlašovatel: Willson & Brown
Autor: WB
Materiál: Kov
Použití exponátu: Supermarkety vyšší třídy

Charakteristika exponátu: Stojan byl navržen tak, aby korespondoval s exkluzivním stylem značky a specifickým místem prodeje – prodejny s delikatesami. Jeho moderní, jednoduchá a transparentní forma produkt vyzdvihuje a zdůrazňuje jeho zařazení do kategorie luxusního alkoholu. Kovový stojan je díky osvětleným policím a krycí desce světlý a jemný. Úzké stěny konstrukce byly navrženy tak, aby asociovaly možnost rozdávat dárků. Dostatek grafického prvku poskytuje efektivní komunikační prostor a jednoduchost jeho výměny umožňuje prezentaci dalších produktů ze široké nabídky MOËT Hennessy.

C Alkoholické nápoje

18

Stojan Frisco

Zadavatel: Plzeňský Prazdroj, a.s.

Příhlašovatel: Plzeňský Prazdroj, a.s.

Autor: Lucie Vaverová

Materiály: Karton

Použití exponátu: Stojan je umístěn v trhu od listopadu 2014, kdy značka Frisco přichází na trh s novinkou Frisco Night a zároveň redesignuje svoji stávající řadu.

Charakteristika exponátu: Frisco je jedinečný jemně perlivý alkoholický nápoj oblíbený především mezi ženami. Frisco redesignuje stávající řadu a přichází na trh s novou variantou Frisco Night, která by měla přilákat nové spotřebitelky a nabídnout jim "silnější" variantu vhodnou pro noční party. Prémiový stojan slouží k prezentaci nového Frisca a podpoře vizibility značky Frisco v obchodech.

Cíl aktivity: Cílem aktivity bylo navrhnout kartonový stojan Frisco, představit na něm novou variantu Frisco Night a zdůraznit spotřebitelkám její benefity.

Benefity Frisco Night:

- vyšší obsah alkoholu 7%
- originálnější a více osvěžující příchuť Okurka & Máta
- ideální drink na party

Design stojanu vychází z designu nových etiket Frisco, které jsou navrženy tak, aby se líbily především ženám, které představují hlavní cílovou skupinu Frisco. Prémiovost stojanu podtrhuje matný tisk a využití parciálního laku na logu Frisco a lahví Frisco Night. Každá police stojanu je barevně odlišená dle varianty Frisco a pomáhá tak nakupujícímu se snadno zorientovat.

Součástí stojanu je skutečná disco koule, která spotřebitelkám připomíná, že Frisco je ideální drink na noční party. Stojan koresponduje s klíčovým vizuálem a tedy i s ostatními POSM.



D Tabák

19



Check out unit

- Zadavatel:** Philip Morris ČR a.s.
Příhlašovatel: STORY DESIGN, a.s.
Autor: STORY DESIGN tým
Materiál: kov+plast+prosvětleno LED
Použití exponátu: Nad pokladny obchodních řetězců
Charakteristika exponátu:

Jedná se o prodejní stojan cigaretových značek společnosti Philip Morris ČR



Display Kryptonit

Zadavatel: Philip Morris ČR a.s.

Příhlašovatel: STORY DESIGN, a.s.

Autor: STORY DESIGN, a.s.

Materiál: kov + plast + LED

Použití exponátu: Prodejní síť trafik po celé České Republice

Charakteristika exponátu:

Jedná se o prémiové vystavení krabiček na prodejních pultech a pokladní zóny.

D Tabák



21

Horeca Display Marlboro

- Zadavatel:** Philip Morris
Příhlašovatel: Willson & Brown
Autor: WB
Materiál: Hliník
Použití exponátu: HORECA

Charakteristika exponátu: Reklamní panel odpovídá novému vzhledu balení Marlboro. Nejdůležitějším prvkem je kolkovaná značka Marlboro. Designéři vybrali formu kompatibilní s novým stylem. Je jednoduchý, jemný, s tlumenými barvami, a přináší výrazný grafický prvek a jméno značky zvýrazněné červeným LED osvětlením. Panel je vyroben výhradně z hliníku a vzhledem k tvaru a podsvícení vypadá reprezentativně v každém prostoru, ať už v HoReCa segmentu nebo v tabákových prodejnách.

E Drogerie, kosmetika

22

Display Maybelline Go Extreme!

Zadavatel:

L'Oréal Česká republika s.r.o.

Příhlašovatel:

Kartpen s.r.o.

Autor:

Jiří Pojzl, Ivana Hösllová

Materiál:

EB" - 5 VWL, „E“ - mikrovlna, Atika 2 mm,
GC1 350g s laminem, 2x plast. nýt

Použití exponátu: Prodejní stojan na
řasenky při uvedení nového produktu na
trh. Určené pro prvotní umístění v obcho-
dech a maloobchodních sítích.

Charakteristika exponátu: Zadání
klienta bylo vytvořit originální prodejní sto-
jan s důrazem na prezentaci značky Go-
-Extreme!. Jako hlavní prvek jsme využili
motiv vykřičníku, který je součástí celého
kreativního konceptu značky, především
loga. Tím se stal hlavním vizuálním prv-
kem celého projektu. Povedlo se originál-
ním způsobem spojit vizuální komunikaci,
prostor pro prezentaci a přímý prodej pro-
duktů.





23

Lollipops Display Boudoir

- Zadavatel:** De Bruyère, Lollipops
Make Up&Cosmetics, Francie
- Příhlašovatel:** Authentica, s.r.o.
- Autor:** Authentica design
+ De Bruyère
- Materiál:** korpus MDF, barkety opálový
akrylát s digitálním tiskem
4/0, řezaná grafika
- Použití exponátu:** Stojan byl vyroben v nákladu 5 ks a je instalován sítí parfumerií

Charakteristika exponátu: Tento Boudoir stojan slouží k prezentaci francouzské kosmetické značky Lollipops. Stojan sám, stejně tak jako celá značka, je velmi specifický a velmi ženský. Svým designem a provedením evokuje uvolněnou a útulnou atmosféru ženského boudoaru. Díky svým hravým prvkům a vyváženosti barev vzbuzuje zvědavost a chuť si přípravky okamžitě vyzkoušet a koupit. A když se jednou ocitnete v jeho blízkosti, navodí ve vás pocit, že stojíte v dámské ložnici před velkým zrcadlem. Malá zásuvka skýtá pak dostatečný prostor pro další potřeby k testování, případně uložení prodejních přípravků. Tento soliterní kus nábytku příjemně kontrastuje se svým okolím a bude tedy jednoznačně kralovat nejen v dámské ložnici, ale výborně upoutá pozornost v parfumeriích a prodejnách s luxusní kosmetikou. Stojany pro brand Lollipops vyrábíme opakovaně a klient naše stojany řadí na prémiové vystavení po celé Evropě ve VIP kosmetických prodejnách.

E Drogerie, kosmetika

24

WONDER'FULL PROMO Rimmel

Zadavatel: Coty Česká republika s.r.o.

Přihlašovatel: Authentica, s.r.o.

Autor: Authentica design

Materiál: karton, plast

Použití exponátu: umístění na prodejních

Charakteristika exponátu: Cílem POP materiálu pro řasenku Wonder'full bylo úspěšně uvést na trh novou řadu řasek v luxusním balení, bronzovém "twisted packu". Za tímto účelem byl vyroben set obsahující podlahový stojan a pultové barkety různých rozměrů. Díky prezentaci nové ingredience řasenky - arganového oleje - a temně blýskavým provedením jednotlivých exponátů připomínajícím bronzové odlesky evokuje luxusní večírky.

Vzhledem k metalickému balení řasenky byl požadavek zhotovit POP materiály z černého lesklého materiálu, aby řasenky na první pohled zářily.



E Drogerie, kosmetika

25

Dove Hair - sloup

Zadavatel:

UNILEVER ČR, spol. s r.o.

Příhlašovatel:

Authentica, s.r.o.

Autor:

Authentica design

Materiál:

karton

Použití exponátu:

umístění na řetězci

Charakteristika exponátu: Základním požadavkem klienta bylo vytvoření stojanu s kruhovým půdorysem na produkty Dove Hair. Stojan navazoval na televizní reklamu běžící v TV a současně imituje světelný sloup, složený z jednotlivých segmentů. Segmenty jsou znázorněny jemnou grafickou linkou a vyčnívající části (segmenty) stojanu slouží k umístění informačních brožur a umístění testerů. Pro optimální expedici a manipulaci byl již z výroby expedován postaven a pevně slepen, aby na trhu nedocházelo k jeho nechtěnému poškození. Navzdory tomu, že je stojan poměrně jednoduše konstrukčně vytvořen, působí jeho řešení sofistikovaně a na prodejních doslova chytí zákazníky za oko.



E Drogerie, kosmetika

26

Haute Parfumerie

Zadavatel:

FAnn Retail, a.s.

Příhlašovatel:

Authentica, s.r.o.

Autor:

Authentica design

Materiál:

MDF lakované, akrylát opál,
kalené sklo, LED osvětlení

Použití exponátu:

Image stojany umístěné
v top prodejnách sítě parfumerií

Charakteristika exponátu: Když se snoubí elegance a jednoduchost, výsledek je vždy příjemně překvapující. A to je i případ displeje Haute Parfumerie. Stojan je umístěn v top prodejnách sítě parfumerií FAnn a je určen pro luxusní parfémy světových značek. Pro display jsou charakteristické vysoce kvalitní materiály a perfektní provedení. Display je propracovaný do posledního detailu: uzamykatelná dvířka z kaleného skla zajišťují bezpečnost a v kombinaci s LED osvětlením vytváří display luxusní prostředí. Díky oboustrannému provedení je maximálně využita prezentační plocha stojanu a stojan tak důstojně reprezentuje celkovou koncepci exkluzivních zahraničních parfémů.



E Drogerie, kosmetika

27



Lollipops

- Zadavatel:** De Bruyere
Přihlašovatel: Willson & Brown
Autor: WB
Materiál: Dřevo
Použití exponátu: Drogerie

Charakteristika exponátu: Stojan LOLLIPOPS byl vyroben k příležitosti De Bruyere Paris ve stylu stejnojmenné značky. Hlavní cílovou skupinou jsou mladé ženy se sklonem k častým změnám a důrazem na jejich osobní kouzlo. Barvy jsou v souladu s klíčovými vizuálními úpravami značky a pohádkovým vzhledem a zrcadlo místo obvyklé krycí desky připomíná dámský toaletní stolek. Návrháři mají jasně stanovený cíl komunikace značky a produktu. Výrobky jsou umístěny ve čtyřech policích v přemístitelných zásobnicích, kde mohou být snadno upravovány podle aktuální nabídky.

F

Produkty pro děti



Nutricia stojan se šroubovicí

28

Zadavatel: Nutricia a.s.

Přihlašovatel: Dago s.r.o.

Autor: Dago team

Materiál: Lamino, tepelně upravená folie, plexisklo, sitotisk, digitální tisk, aj.

Použití exponátu: Lékárny

Charakteristika exponátu: Lékárny jsou segmentem, kde se již řadu let využívají především klasické POP materiály. Oproti tomu společnost Nutricia přichází se stojanem cíleným na maminky a potřeby jejich ratolestí. Nejedná se o běžné maminky, ale ty, které chtějí pro své dítě to nejlepší. Chtějí z nich mít kosmonauty, lékaře, vědce, odborníky... Tyto informace jim přináší právě náš stojan, který obsahuje designové prvky evokující mateřství, lásku a otevřenost. Využívá příjemných barev, v konstrukci jsou použity poznatky tvarové psychologie a originálním způsobem prezentuje výjimečné produkty pro výjimečné děti.

Stojan Hamánek

Zadavatel projektu:

Hamé, s.r.o.

Přihlašovatel a autor:

Moris design, s.r.o.

Materiál:

Lamino + ABS hrany, čiré ohýbané plexi,
FE ohýbaný drát + pozink, DG tisk včetně
laminace

Použití exponátu:

síť hypermarketů Globus

Charakteristika exponátu:

Stojan poukazuje na nový typ produktů Hamánek, které využívají nový typ balení Doypack. Tvar stojanu vychází právě z tohoto typu obalu. Na stojanu je použit závěsný systém vystavení produktů. Toto umožňuje využití vrchní i spodní části police. Barevně jsou jednotlivé police odlišeny dle příchutí produktů Hamánek. Stojan je doplněn o LCD s probíhající kampaní na produktové řady.



F

Produkty pro děti



30



LEGO® CHIMA™ podpora uvedení novinek na český trh

Zadavatel: LEGO Trading s.r.o.

Příhlašovatel: LEGO Trading s.r.o.

Autor: LEGO Trading s.r.o.

Použití exponátu: In-store podpora uvedení nové řady LEGO® CHIMA™ na český trh.

Charakteristika exponátu: Virtual Pop Up show room je unikátním kompaktním řešením pro výlohy prodejců hraček. Jeho hlavní úlohou je přilákat pozornost kolemjdoucích a přivést je k návštěvě obchodu.

Ledové kostky LEGO® mají za úkol vytrhnout návštěvníky prodejny z rutiny nakupování, iluzi efektu rozpouštějící se ledové kostky, ze které teče voda na podlahu LEGO® portál unikátním designem přitahuje pozornost kolemjdoucích a nakupujících u vstupu do prodejny. Má tedy jednak vybidnout ke vstupu a dále má vstupující upozornit na novinku v portfoliu a přitáhnout jejich zvědavost.

F Produkty pro děti



IQLANDIA

- Zadavatel:** LEGO Trading
Příhlašovatel: Authentica, s.r.o.
Autor: Authentica design
Materiál: MDF, LTD desky, stádur, kov, akrylát, LED podsvícení
Použití exponátu: Expozice ve vzdělávacím centru v IQLANDII v Liberci

Charakteristika exponátu: Celá expozice je rozdělena do tří částí dle jednotlivých produktových řad a cílových skupin. Jedno však mají společné: zábavu a interaktivitu. V celém areálu se děti i dospělí mohou zabavit v bazénku plném kostiček LEGO, stavět z kostiček hračky, dívat se na LEGO filmy a odpočnout si na stoličkách nebo pohodlných lavicích. Třešinkou celé expozice je Darth Vader v životní velikosti vystupující z koule smrti, který se stal krátce po instalaci velmi vyhledávanou atrakcí. Celkovou kompozici dotváří zavěšené produkty řady LEGO Star Wars ve vitrině s osvětlením. Výsledkem projektu je komplexní imageové vystavení známé hračky od značky LEGO, která doplnila vzdělávací centrum o velmi vítané relaxační zóny, a tyto expozice se rychle staly nepostradatelnou součástí celého vzdělávacího centra.

F

Produkty pro děti



LPS – window decoration

- Zadavatel:** Hasbro CE
Příhlašovatel: Authentica, s.r.o.
Autor: Authentica design
Materiál: Karton
Použití exponátu: Podpora prodeje ve výloze hračkárný

Charakteristika exponátu: Pro malé zvidavé zájemce jsme navrhli a vytvořili barevně zajímavé a rozměrově nastavitelné výlohové vystavení, které slouží jako podpora prodeje značky Littlest Pet Shop. Vystavení má hned několik předností, tou největší je však jeho variabilita. Základ instalace tvoří samostojná a jednoduše stavitelná zadní stěna tvořená třemi díly, doplněná kostkami, které slouží jako designový prvek a zároveň fungují jako podstavec pro prodávané produkty. Hlavní postava značky je předsunuta do popředí, tedy zvlášť nalepená na záda s určitou distancí, aby postava dobře vynikla.

32



SPORTBOX

Zadavateľ: DOXXbet s.r.o.

Príhlašovateľ: ROSS s.r.o.

Autor: ROSS s.r.o.

Materiál: oceľ, PMMA, led, pc, monitory, tlačiareň, mincovník, akceptor bankoviek, čítačka kód., zál. zdroj, mikrosopínač

Použití exponátu: SPORTBOX je samoobslužný stávkový terminál, určený na stávkovanie na športové udalosti z celého sveta a zároveň na sledovanie headlinu zo športových zápasov. Svojim dizajnovým a technickým prevedením sa hodí aj do náročne ladených interiérov a zvyrazňuje originalitu a nápaditosť značky prevádzkovateľa. SPORTBOX vďaka kvalitnému risk manažmentu predchádza odmietaniu tiketov a zadržiavaniu tipovania.

Charakteristika exponátu: Konštrukcia a prevedenie SPORTBOXU sú masívne, ale zároveň elegantné, výrazne stabilné, ergonomicky tvarované, zabezpečujúce spoľahlivú prevádzku. Všetky elektronické súčiastky sú postavené na priemyselnej nie komerčnej báze, čím je zabezpečená dlhodobá kontinuita ich dostupnosti v rovnakých technických parametroch. SPORTBOX disponuje dvoma LCD monitormi s pútavou grafikou. Dolný dotykový monitor slúži na stávkovanie zápasov, pričom na hornom monitore prebieha headline zo športových zápasov, prípadne reklamné bannery, čo neporovnateľne zvyšuje atraktivnosť pre koncového používateľa.

Stojan Lenovo na mobilní telefony

Zadavatel projektu:

Lenovo Technology B.V.
organizační složka

Příhlašovatel a autor:

Moris design, s.r.o.

Materiál:

Lakovaný FE plech,
Forex bílý, plexi sklo, LED

Použití exponátu:

prodejny mobilních telefonů

Charakteristika exponátu: Řada stojanů Lenovo pro nové mobilní telefony této značky představuje variabilní systém určený primárně k umístění na regálové police prodejen elektroniky a mobilních telefonů. Jedná se o zvýraznění značky Lenovo v místech, kde se používají standardní prodejní systémy. Stojan je charakteristický vrstvením ploch, které celek odlehčují a jsou nosným prvkem produktů a zároveň krycím prvkem zabezpečení a komunikačních ploch.



35

Sada stojanů pro předplacené karty Vodafone



Zadavatel: Vodafone
Příhlašovatel: WELLEN a.s.
Autor: WELLEN a.s.
Materiál: Karton, lepenka

Použití exponátu: sada stojanů pro předplacené karty Vodafone

Charakteristika exponátu: Stojany jsou určeny pro indirektní kanály pro podporu prodeje předplacených karet. Byly konstruovány dle zadání klienta pro předem daný počet maket kitů předplacených karet. Jsou vyrobeny z kombinace kaširované lepenky a plastu, s využitím výseků. Jsou fixovány lepením a zámkami protikusů. 3D stojan je určen k umístění ke stěně, je dodáván již složený v přepravním boxu. Trojúhelníkový stojan naplňuje zadání 360 stupňové vizibility s minimem plochy pro umístění a je dodáván naplocho včetně detailního videonávo-
du ke složení.

H Elektronika

36

Display Playstation 4

- Zadavatel:** SONY France
Přihlašovatel: Authentica, s.r.o.
Autor: Authentica design
Materiál: karton, akrylát – čirý a opál, LED diody
Použití exponátu: Prezentace očekávané novinky na trhu – PS4

Charakteristika exponátu: Tento stojan vznikl na základě požadavku na podsvětlený prezentační stojan pro žhavou novinku na trhu – herní konzoli Play Station 4. Cílem projektu bylo ukázat zákazníkům reálnou podobu herní konzoly a nalákat tak na připravovaný prodej.

Hlavními úkoly byly: zviditelnění produktu pomocí osvětlení produktu a vytvoření VIP prostředí, zároveň ochrana vystavené novinky před nenechavci a samozřejmě udržet čistý design a kvalitu zpracování při nízkých nákladech na výrobu.

Z této rovnice nám vyšlo řešení kombinace dvou hlavních materiálů – akrylátu pro horní prezentační část a kartonu pro podstavu. Akrylát je tedy použit na ochranný vnější box, středový panel a integrované LED podsvětlení, které stojanu dodává futuristickou jiskru. Podstava je tvořena z vlnité lepenky a pro dosažení pěkného povrchu je polepena pohlednicovým papírem. Stojan je i přes použití kartonu prémiový a lehce zaměnitelný s dražšími materiály jako jsou plast, či dřevo.

Výsledkem celé kampaně zahrnující jak ATL, tak BTL komunikaci, byly objednávky na tisíce ks po celém světě ještě před spuštěním prodeje a první dny vyvolaly playstationové šílenství.





Display POSM Shaver 2014

- Zadavatel:** Philips Česká republika, s.r.o.
Přihlašovatel: Authentica, s.r.o.
Autor: Authentica design
Materiál: černý, mléčný a čirý akrylát, LED osvětlení
Použití exponátu: síť elektroprodejen

Charakteristika exponátu: Displej pro novou řadu holicích strojků Philips Series 9000 má v zákazníkovi evokovat vesmír a budoucnost holení. Při výběru materiálu jsme zvolili černý akrylát, který svým leskem na první pohled upoutává pozornost a celkově působí luxusním dojmem. Holicí strojek jsme umístili na vyvýšený čirý akrylátový puk s mléčným podstavcem, aby v kontrastu s použitým černým materiálem dominoval celému displeji. Kolem dokola mléčného puku je vyobrazena osa, která znázorňuje přesnost a dokonalost holení. Okraje displeje a střed čirého puku jsou doplněné LED osvětlením, které rozzařují jeho tajemnou krásu.

38



ViClean-Display

- Zadavatel:** Villeroy & Boch AG
- Přihlašovatel:** DEKOR, spol. s r. o.
- Materiál:** lakovaná MDF, polep, vodo a elektro instalace
- Použití exponátu:** prodejny vybavení koupelen

Charakteristika exponátu:

- interaktivní prezentace a vysvětlení funkce nového produktu bidetu „ViClean“ od fy Villeroy & Boch
- zákazník si sám může vyzkoušet všechny funkce produktu jako splachování, ostříkávání atd., které je možno vidět pod transparentním víkem, vč. dálkového ovládání
- veškerá elektro a vodo instalace je umístěna uvnitř stojanu
- na obrazovce je vidět prezentační a instruktážní video
- globální projekt s distribucí do celého světa



Rodenstock Competence Center

Zadavatel: Rodenstock, Německo

Příhlašovatel: DEKOR, spol. s r. o.

Materiál: plast, dřevo

Použití exponátu: prodejny oční optiky

Charakteristika exponátu:

úkolem byl vývoj atraktivního systému prezentace čoček a obrub fy Rodenstock na jednom místě a jednotným způsobem – na trhu jsou ukázky čoček a prezentace obrub zpravidla od sebe oddělené, fa Rodenstock nabízí jako jedna z mála firem toto řešení v jednom

- systém stojanů má přivést zákazníky k vlastnímu vyzkoušení obrub a skel a má vysvětlovat jejich vlastnosti a výhody; pro optiky práce se systémem má být snadná
- systém je modulární, všechny elementy se dají libovolně kombinovat; jednoduchá výměna elementů je zajištěná magnety bez potřeby mechanického zajištění
- globální projekt s distribucí do celého světa



Time of Scandinavia

Zadavatel projektu: Rogervila compeny, a.s.

Příhlašovatel a autor: Moris design, s.r.o.

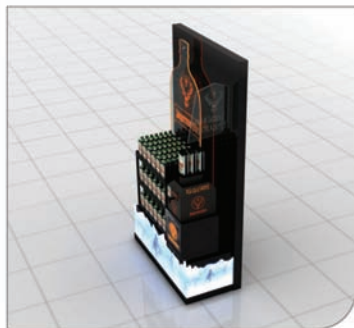
Materiál: lamino vysoký lesk, MDF, HPL Laminát, sklo, broušená mosaz, AL profil, LED pásek.

Použití exponátu: Nová obchodní jednotka určená k prodeji hodinek v obchodním domě Kotva

Charakteristika exponátu: Design prodejního místa Time of Scandinavia vychází z nového konceptu interiéru OD Kotva, který navazuje na tradiční tvary tohoto prostoru ve spojení s moderními materiály a technologiemi. Svým vzhledem posunuje prodejní místo v tomto obchodním domě na vyšší úroveň a zároveň dobře podporuje prezentované značky zboží.

J

Světelná komunikace, orientační a informační systémy



Světelný endcup Jagermeister

- Zadavatel:** Remy Cointreau Czech Republic s.r.o.
Příhlašovatel: Dago s.r.o.
Autor: Dago team
Materiál: Lamino, kov, plast, speciální LED plexi, aj.
Použití exponátu: Hypermarkety Tesco

Charakteristika exponátu: Pro oblíbený a silný brand Jagermeister jsme zrealizovali na podzim letošního roku permanentní světelná čela Jagermeister, kterým dominují světelné LED-diodové prvky. Důraz byl kladen na speciálně vyvinuté plexi evokující námrazu (led ve spodní části) a čisté prosvětlené linie 2 m vysoké lahve. Celkový dojem dotváří instalovaná mraznička se zařízením na podávání chlazeného nápoje přímo v prodejně při promoakcích. Stojan je kompletně prosvětlen a barvy je díky RGB LED technologiemi možné s ohledem na případné změny brandu měnit.

41

J

**Světelná komunikace,
orientační a informační systémy**

42

Royal Theatre Cinema Café

Zadavatel: LCP s.r.o.
Příhlašovatel: Rex spol. s r.o.
Autor: Renata Slámková,
Vlastimil Král
Materiál: Alu plech,
LED žárovky,
Dibond, plast

Použití exponátu: Vstupní portál Royal Theatre Cinema Café. Tento víceúčelový kulturní prostor je situovaný v centru Prahy. Uvádí divadelní hry, filmy, koncerty, výstavy atd. Oživení ducha a slávy kulturní scény 30. let zadal Jean-Christophe mladé a talentované pražské architektce Renatě Slámkové.

Ona také vkusně vybírala výzdobu a nábytek, přičemž se inspirovala obdobím tolik ctěné První republiky (1918-1938) a stylem secese, které sladila s moderní dobou a do kterých zapracovala potřebné vymoženosti 21. století. Cestu do zlatých časů První republiky Vám příjemný pohled na původní vitráže v oknech, propracovanou dřevořezbu, úchvatné štuky. To vše je vkusně kombinováno s moderními prvky a interiérem, který ve Vás zanechá pocit, že jste vstoupili do skutečného královského paláce. Jedním z prvků, který řeší původní vzhled za pomoci nových technologií je i vstupní portál. Ten je vyroben v duchu doby. Je tvořen ze samostatných 3D písmen (nyní vyráběných z hliníku) Čelo písma je vyrobeno ze zlatého Dibondu. Z čela jsou písmena osazena žárovkami (dnes již s LED technologií). Logo ROYAL je pak doplněno nesvětelnými 3D písmeny vyrobenými v soulepu Dibondu a černého plastu.

Charakteristika exponátu: Fotografie portálu ROYAL na výstavním panelu.





Kiehl's

Zadavatel: Ing. K. Votřel

Příhlašovatel: Rex spol. s r.o

Autor: Vlastimil Král, Jiř Šulda,
manuál spol. Kiehl's

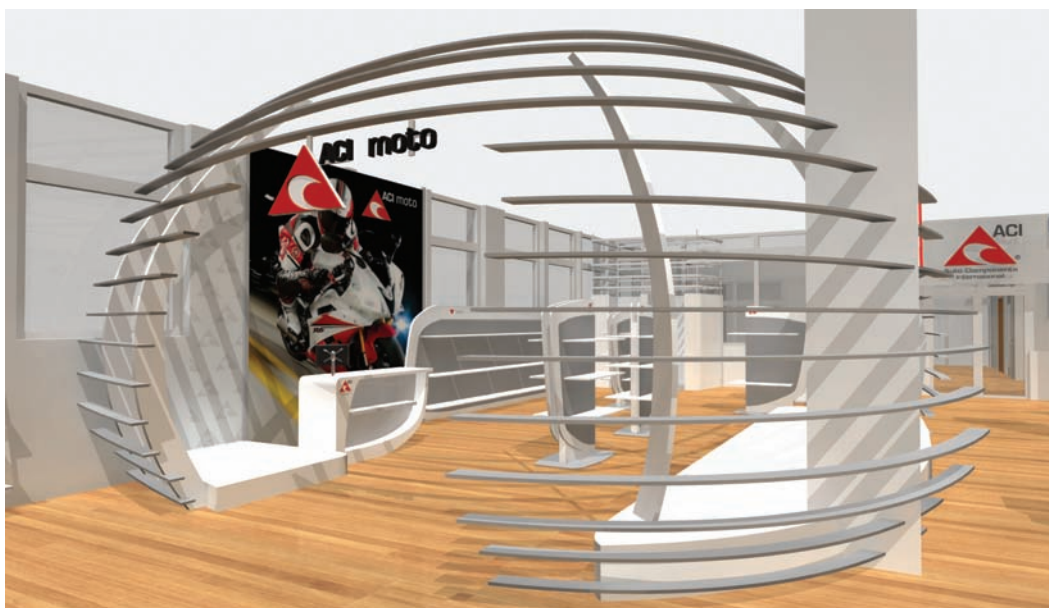
Materiál: neonové trubice,
VN transformátory a VN příslušenství

Použití exponátu: Výzdoba interiéru prodejny Kiehl's o loga společnosti. Textace a světelné prvky jsou vyrobené z neonů. Vše je umístěno v obchodní jednotce klienta v OC Nový Smíchov.

Charakteristika exponátu: Realizace neonové výzdoby prodejny Kiehl's. Neony jsou umístěny v obchodním centru Nový Smíchov na provozovně Kiehl's.

Společnost Kiehl's má velkou tradici. Vznikla roku 1851 v newyorské čtvrti East Village jako lékárna, nabízející produkty péče o pleť, tělo a vlasy špičkové kvality. Ke společnosti Kiehl's neodmyslitelně patří bohatá farmaceutická tradice, znalosti z oblasti kosmetiky a lékárenství, ale i jedinečný servis.

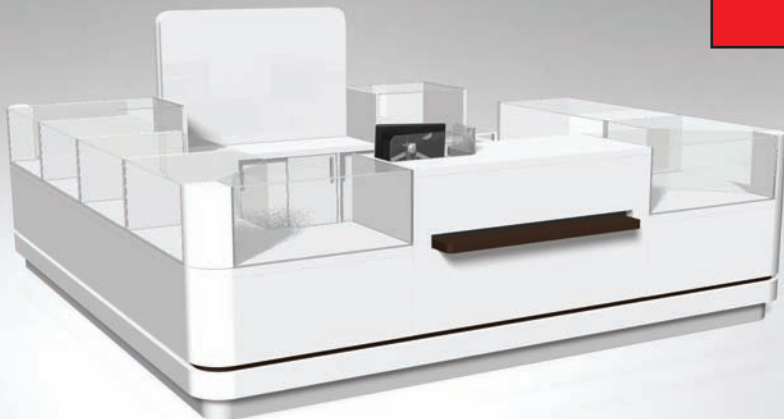
Společnost má pobočky po celém světě s charakteristickým a nezaměnitelným vybavením interiérů. Neodmyslitelně k němu patří neonové reklamy i kostlivec u dveří. A právě tyto reklamy dodala naše společnost. Provedení jednotlivých neonů bylo velmi přesně popsáno z americké centrály a manuálu společnosti. Výsledek naší práce můžete posoudit na jediné provozovně v České republice, která se nachází v obchodním centru Nový Smíchov, nebo na virtuální prohlídce pražské pobočky. <http://kiehls.v360.cz>



ACI showroom

- Zadavatel:** ACI - Auto Components International, s.r.o.
- Přihlašovatel:** MORIS design, s.r.o.
- Autor:** MORIS desing, s.r.o.
- Materiál:** lamino, překližka HPL laminát leštěný nerez, železo a hliník
- Použití exponátu:** ACI showroom

Charakteristika exponátu: ACI showroom charakterizuje spojení automobilového světa s interiérem prodejního prostoru. Inspirací byly funkční detaily a linie interiérů automobilů a motorek. Vrstvení materiálů, žebrování a průduchy ventilace. To jsou detaily, které lze najít na prvcích vybavení celého showroomu. V motorkářské části je prostor oddělen pomyslnou helmou tvořenou motorovým žebrováním, ve které si každý motorkář najde svůj svět. Vodorovná žebra evokují žebrování motoru, poukazují na techniku a odlehčují prostor.



Variabilní systém Shop in Shopu pro OC Nový Smíchov

Zadavatel projektu: Klepierre Management Česká Republika, s.r.o.

Příhlašovatel a autor: Moris design, s.r.o.

Materiál: lamino, MDF, HPL laminát, sklo, AL profil, LED pásek

Použití exponátu: V rámci objektu OC Nový Smíchov

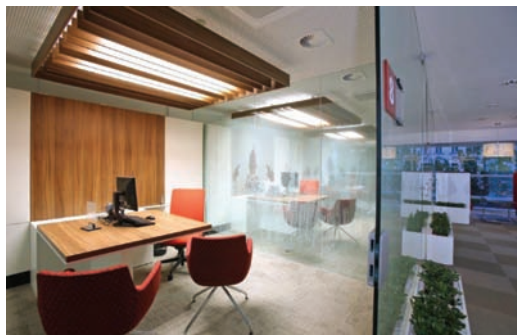
Charakteristika exponátu: Shop in Shop pro OC Nový Smíchov je řešen jako variabilní systém, který Vám umožní nabídnout prodejní místo téměř jakémukoliv prodejci. Design tohoto modulárního systému respektuje prostředí obchodního centra Nový Smíchov tak, aby v něm co nejlépe korespondoval s okolím. Základ tvoří modulární stavební systém, na který lze aplikovat různé prodejní vložky a prvky, které jsou přizpůsobeny požadavkům konkrétního prodejce. Tento základní modul lze rozměrově jakkoliv přizpůsobit. Je možné vytvořit prodejní stánek o rozměrech 3 x 3m nebo 4 x 4m, ale také ho po 1m nastavovat ve všech směrech. Možností jak přizpůsobit prodejní místo potřebám prodejce je opravdu mnoho. Stánek lze osadit mnoha moduly, dle potřeby prodávajících. Lze tak vytvořit místo pro prodej šperků, módních doplňků, pečiva a jiných. Komfort pro prodávající představuje velké množství úložných a uzamykatelných skříněk, které jsou uloženy ve spodních útrobach stánku. Komunikace se zákazníky umožňují stálé plochy určené k polepení či k aplikaci podpůrných prvků vizuálního stylu. Shop in Shop v OC Nový Smíchov představuje moderní a variabilní místo, které podpoří jakýkoliv druh prodeje.

K

Vybavení interiérů obchodů



46



Interiérový koncept Komerční banky

Zadavatel: Komerční banka, a.s.

Příhlašovatel: STORY DESIGN, a.s.

Autor: STORY DESIGN tým

Materiál: kombinace materiálů z lamina, kovu, korianu, skla a dalších

Použití exponátu:

Design a vývoj nového konceptu interiéru pro pobočkovou síť Komerční banky, a.s.

Charakteristika exponátu:

Cílem projektu bylo navrhnout nový interiér Komerční banky s důrazem na zlepšení privátnosti a přívětivosti banky směrem ke klientovi. V interiéru je využito sjednocujících nábytkových prvků v kombinaci se stavebními materiály. Barevné schéma bylo zvoleno s ohledem na posílení vnímání značky v rámci celého prostoru. Volba materiálů vyplývá z provozních požadavků na dlouhodobou životnost a snadnou údržbu. Navržený koncept je vhodný pro různé velikosti obchodních míst díky své modularitě.

K

Vybavení interiérů obchodů



Shop in Shop Becherovka

Zadavatel: Jan Becher - Karlovarská Becherovka, a.s.

Příhlašovatel: Dago s.r.o.

Autor: Dago team

Materiál: Lamino, kov, TV, plexi, nerez, aj.

Použití exponátu: Letiště Václava Havla

Charakteristika exponátu: Společnost Dago na základě zadání od klienta Jan Becher vytvořila ne-tradičně pojatý Shop in Shop pro prodejnu Aelia Praha na Letiště Václava Havla. Celý koncept projektu vychází ze spojení tradiční české značky a prostoru letiště, kde společnost Dago vytvořila atmosféru české tradice, kterou propojila s příležitostí zakoupit ryze český dárek nebo upomínku na dovolenou nebo služební cestu. Designové pojetí Shop in Shopu za využití kvalitních materiálů a moderních prvků laděných do barevného kódu klienta upoutává pozornost kupujících a láká je, aby si kousek česka odvezli s sebou domů. Kombinace dřeva, nerezů a originálních vizuálů Jan Becher v kombinaci se světelnými prvky a elektronickou prezentací značky Jan Becher na velikých LCD monitorech vytváří příjemnou atmosféru, která nenásilnou formou posiluje povědomí o značce a její viditelnost.

47



Projekční stěna Heineken EXCO

- Zadavatel:** HEINEKEN Česká republika a.s.
Příhlašovatel: ČERMÁK DESIGN, s.r.o.
Autor: ČERMÁK DESIGN - Petr Čermák a Pavel Drábek
Materiál: plexi, nerez, sklo

Použití exponátu: Unikátní samostojná plexi projekční stěna byla navržena a poprvé použita u příležitosti výročního zasedání nejvyššího celosvětového vedení společnosti Heineken EXCO 2013 v Praze. Nyní je využívána jako prezentační stěna společnosti Heineken u příležitosti různých designových eventů.

Charakteristika exponátu: „Každý z Vás je jedinečný a sám o sobě k ničemu. Dohromady jste ale zářící hvězda! Heineken.“ Každý z dvanácti účastníků mezinárodní konference obdržel po přiletu ve svém uvítacím balíčku unikátní skleněný fragment od českých sklářů se svým jménem. Následně na konferenci ve vhodný okamžik moderátor vyzval účastníky ke složení fragmentů do předem připraveného plexi stojanu. Jejich složením vznikla pěticípá hvězda, symbol společnosti Heineken. Vložením posledního fragmentu se skleněná hvězda rozzářila a spustila se multimediální prezentace na designové projekční stěně.



Stánek kostky

49

- Zadavatel:** Authentic a, s.r.o.
Příhlašovatel: Authentic a, s.r.o.
Autor: Authentic a design
Materiál: dřevo, plast, kov, hliník, osvětlení LED a karton
Použití exponátu: Veletrh Euroshop 2014

Charakteristika exponátu: Provedení stánku jsme se snažili pojmut jako dekoraci-představení naší společnosti formou hry/zábavy. Všichni si od dětství hrajeme a hra nás provází celým životem, proto jsme se rozhodli náš stánek pojmut jinak. Celý stánek je spojen s kostkou a figurkou jako hlavní ikonou, kterou najdete po celém veletrhu odkazy (samolepky atd.) a hrou člověče, nezlob se.

Cílem bylo především zaujmout a přesvědčit návštěvníky, že jsme spolehliví a práce s námi je radost, což se nám vzhledem ke značnému nárůstu zahraničních poptávek a realizací podařilo na více než 100 %. Provedení stánku bylo koncipováno jako řešení zábavou a bylo provázáno spoustou her: kostky, člověče, nezlob se, figurky s elektronickými hrami na iPadech, hry je možné dále hrát na našich webových stránkách a podpora s figurkami a kostkami běží po celý rok vč. POS materiálu.



Nivea Promo

- Zadavatel:** Promo Guru s.r.o.
- Příhlašovatel:** Dago s.r.o.
- Autor:** Dago team
- Materiál:** Hliníková konstrukce, plexi, lamino, dibond, aj.
- Použití exponátu:** Foaye nákupních center

Charakteristika exponátu: Pro většinu společností realizujících promoakce je instalace a deinstalace prezentačního vybavení zlým snem. Společnost Dago připravila nové technické řešení založené na speciální hliníkové konstrukci. Hlavní výhodou je rychlost sestavení, variabilita brandu, rebrandování a celková váha, která je pouhým zlomkem ve srovnání s dosud známými výstavními systémy. Systém navíc umožňuje tři různé velikostní alternativy vystavení dle prostorových možností jednotlivých míst, promoakcí, snadné rebrandování stánku neoborným personálem a sestavení stánku bez odborné přípravy. Mimoto tato promoaplikace klientovi nabízí přehlednost celého prostoru, poutavý design lákající potenciální zákazníky k interakci s promovanými produkty.

50

L

Prostředky pro služby podpory prodeje



KMV interaktivní stojan - propojení tabletu s tiskárnou

51

- Zadavatel:** Karlovarské minerální vody, a.s.
Příhlašovatel: Dago s.r.o.
Autor: Dago team
Materiál: Lamino, kappa, digitální tisk, tablet, bezdrátová tiskárna, elektronické zabezpečení

Použití exponátu: Hypermarkety Tesco, Albert

Charakteristika exponátu: Promoakce bez promotéra. Sen každé společnosti. Dago přichází s novinkou ze světa promo založené na interaktivním pojetí stojanu. Tento display je umístěn na námi doporučená místa na základě poznatků o pohybu a orientaci zákazníků v nákupním prostoru. Je impulzivně brandován ve snaze co nejvíce podnítit interakci s kolemjdoucími zákazníky. Konkrétně byl využit například během uvedení značky Red a stále je možné se u regálových čel hypermarketů se stojanem setkat. Na display implementovaného tabletu běží jednoduchá intuitivní aplikace (hra). Stačí si jen krátce zahrát a nakonec získáte možnost si vytisknout slevový kupon, který uplatníte na kase. Sofistikovaná elektronika s velmi jednoduchou obsluhou zajišťuje bezproblémový chod celého řešení. Mysleli jsme i na samotnou krádež elektronického zařízení a nainstalovali jsme proto zabezpečovací zařízení schované přímo ve stojanu. Možnosti využití jsou variabilní, stačí rebrandovat a naprogramovat novou aplikaci.

M

Reklamní dárky v místě prodeje



Škrabka na dálniční známku VIGNETTE

52

Příhlašovatel: REDA a.s.

Materiál: PVC

Použití exponátu: Každý z nás zažil potíže při odstraňování prázdninové či celoroční dálniční známky z okna vozu. Škrabka VIGNETTE je určena k účinnému a rychlému odstranění dálniční známky a zbytků lepidla, které lze jednoduše očistit pomocí přiložených vlhčených ubrousků. Škrabka je vyrobena z tvrdého plastu a může být použita také jako pomocník proti námraze a zamraženým oknům či zpětnému zrcátku.

Charakteristika exponátu: Škrabka je vyrobena z PVC a pryže a slouží na odstranění dálniční známky a námrazy. Součástí balení jsou 2 ks vlhčených ubrousků pro odstranění zbytků lepidla. Škrabku je možné potisknout technologií Digitální UV tisk.



Skleněný hrnek se smajlíkem SOFFY



Přihlašovatel: REDA a.s.

Materiál: sklo

Použití exponátu: Hrnečkem SOFFY chceme mezi naše zákazníky šířit radost a dobrou náladu a podpořit tak motto společnosti „Dárek je radost“. Naši zákazníci při každém doušku svého oblíbeného nápoje uvidí na dně hrnečku úsměv, který jim zlepší den. Hrneček s vypisovaným mottem a www stránkami byl použit jako reklamní předmět rozdáváný obchodními zástupci při osobním setkání s klientem.

Charakteristika exponátu: Skleněný hrnek se smajlíkem na dně o objemu 200ml.



Mapa na dokumenty se stojanem na tablet **CESARIO**

Příhlašovatel: REDA a.s.

Materiál: imitace kůže

Použití exponátu: Elegantní značková mapa na dokumenty CESARIO z imitace kůže v sobě snoubí standardní mapu na dokumenty s linkovaným blokem A4 a funkční stojan na tablet. Tablet je možné dle své volby postavit na výšku či na šířku. Díky kvalitnímu zpracování z imitace kůže a balení do dárkové papírové krabičky Santini je produkt vhodný jako luxusní a praktický dárek, ale také jako pomůcka pro každého moderního manažera.

Charakteristika exponátu: Mapa na dokumenty z imitace kůže s linkovým blokem A4 (20 listů) a stojanem na tablet.



Dřevěná krabička a podtácky k výročí pivovaru Velkopopovický Kozel

Zadavatel: Pilsner Urquell

Přihlašovatel: REDA a.s.

Materiál: korek, kov

Použití exponátu: Při příležitosti 140. výročí od založení pivovaru Velkopopovický Kozel byly vytvořeny dřevěné krabičky určené k uložení speciální série korkových a kovových podtácků, které sloužili k propagaci značky piva Kozel. Pivovar chtěl touto cestou připomenout svým příznivcům dlouholetou tradici a historii a navíc se jim více přiblížit. Z toho důvodu byly zvoleny podtácky, jako nejčastěji viditelné a využívané předměty v restauracích či pivnicích.

Charakteristika exponátu: Sběratelská krabička v celkovém nákladu necelých 300 ks je určena pro různé velikosti a typy podtácků, které byli při příležitosti výročí pivovaru vydány. Korkové podtácky s potiskem a kovové podtácky s historickými motivy byly vyrobeny v nákladech 10 000 kusů v několika sériích a distribuovány do celého světa.



56



E.ON elektrodobíjecí a plnicí stanice CNG

Zadavatel: E.ON Česká republika, s.r.o.

Příhlašovatel: REDA a.s.

Materiál: plast

Použití exponátu: Společnost E.ON jako společensky odpovědná firma zaměřuje svoji pomoc zejména na oblast rozvoje dětí a mládeže, vzdělání a ekologii. I proto realizuje vlastní projekt zaměřen na energetické vzdělávání s názvem „Energie pro děti“, k jehož podpoře je určena i stavebnice E.ON představující elektrodobíjecí a plnicí stanice CNG. Stavebnice učí děti hravou formou a ukazuje jim možnost využití obnovitelných zdrojů v praxi. Stavebnice byla vytvořena jako dárkový předmět rozdáváný obchodními zástupci.

Charakteristika exponátu: Stavebnice se skládá z plastových dílů, ze kterých je možné poskládat čerpací stanice a dvě autíčka.



Kapesníčky v papírové krabičce auta České pošty

Zadavatel: Česká pošta, s.p.

Přihlašovatel: REDA a.s.

Materiál: karton

Použití exponátu: Krabička ve tvaru automobilu České pošty s plnobarevným potiskem obsahovala 50 ks papírových kapesníčků. Kapesníčky sloužili jako dárkový předmět, který obchodní zástupci předali klientům České pošty při osobním jednání. Rozměr papírové krabičky je 195x55x90 mm.

Charakteristika exponátu: Papírové kapesníčky balené v krabičce ve tvaru automobilu České pošty.

M

Reklamní dárky v místě prodeje



58



Samolepkové nástěnné hodiny Vodafone

Zadavatel: Vodafone Czech Republic a.s.

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

Autor: SPEED PRESS Plus a.s. a McCANN-ERICKSON PRAGUE s.r.o.

Materiál: vinyl a plast

Použití exponátu: Společnost Vodafone Czech Republic a.s. využila samolepkové nástěnné hodiny jako dárek pro své zákazníky.

Charakteristika exponátu: Samolepkové nástěnné hodiny na zeď ve vlastním designu. Originální a moderní řešení jak zútulnit interiér. Aplikace je jednoduchá a šetrná k povrchu. Materiál: vinyl, rozměr na zdi cca 40 x 30 cm, dodáváno včetně 1 ks baterie, baleno v dárkové PVC krabičce rozměr cca 11 x 3,5 x 41 cm ve vlastním plnobarevném designu, včetně přehledného návodu.

M

Reklamní dárky v místě prodeje

59



Designová trofej Mercedes-Benz

- Zadavatel:** Mercedes-Benz Česká republika s.r.o.
- Přihlašovatel:** SPEED PRESS Plus a.s. - reklamní a dárkové předměty
- Autor:** SPEED PRESS Plus a.s.
- Materiál:** pochromovaná slitina zinku, akryl, Eva pěna, karton
- Použití exponátu:** Společnost Mercedes-Benz Česká republika s.r.o. využila trofej jako dárek pro své zákazníky v rámci direct mailu.
- Charakteristika exponátu:** Designová trofej - kovová hvězda znak MERCEDES BENZ o průměru 77 mm a tloušťce 5 mm ze slitiny zinku, kovový podstavec s vavříny o průměru 44 mm a síle 6mm, podstavec s vavříny ze slitiny zinku a pochromováno v požadované barvě dle Pantone, akrylový podstavec o průměru 77 mm a výšce 15 mm. Dodáváno rozložené v dárkové ploché kartónové krabičce 600g s EVA pěnou včetně návodu na složení, balení vhodné pro direct mailové zasilání.



Dakarské partnerství: set výrobků z plachty dakarského kamiónu pro výherce soutěže SHERLOG a eVito

- Zadavatel:** SECAR BOHEMIA, a.s. - značka SHERLOG
Příhlašovatel: utopia design s.r.o.
Autor: Respiro team
Materiál: plachta dakarského kamiónu

Použití exponátu: Pro významného partnera Loprais Teamu jsme realizovali sadu zavazadel vyrobených z plachty závodního Dakarského speciálu. Značka SHERLOG těmito zavazadly obdarovala vítěze soutěže s dakarskou tematikou z řad fanoušků Loprais Teamu. Pro tyto obdarované má taška v jejichž záhybech ještě skřípe písek z „dakaru“ obrovskou sběratelskou hodnotu a je pro soutěžící skvělou motivací.

Charakteristika exponátu: Tento dárkový set v hodnotě 5000 Kč (pánská a dámská taška, pánská a dámská peněženka, obal na notebook) byl vyroben z plachty havarované Princezny 69 Loprais Teamu na Dakaru 2012. SECAR BOHEMIA a.s. (partner InstaForex Loprais týmu) jej v rámci společné motivační soutěže od značky RESPIRO získala jako třetí cenu pro výherce v letošním roce. Pro fanoušky mají tyto předměty obrovskou sběratelskou hodnotu a pro účastníky soutěže byly velkou motivací. Příběh vzniku tohoto setu je skutečně dramatický a zároveň symbolický. Vzpomínky na havárii při předávání výhercům na tiskové konferenci v showroom eVito zmínil i pilot Aleš Loprais. Síla partnerství vyjádřená i těmito předměty, které přežilo tyto okamžiky a pokračuje, je motivací tento set přihlásit právě do této soutěže.

N

Ostatní (prototypy, vzorky)



Limitovaný stojan Fernet Stock

Zadavatel: Stock Plzeň-Božkov s.r.o.

Příhlašovatel: Dago s.r.o.

Autor: Dago team

Materiál: Karton, lamino

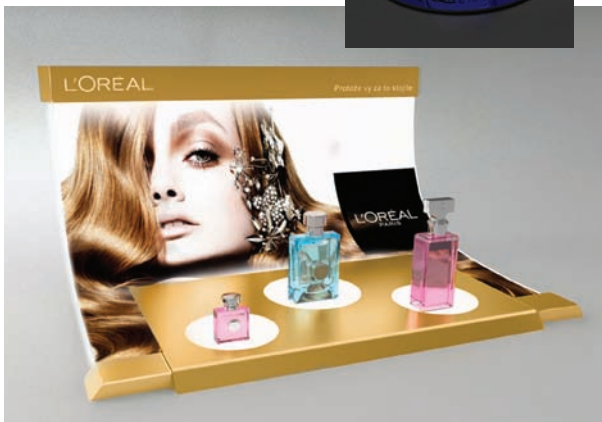
Použití exponátu: Prodejní síť Tesco

Charakteristika exponátu: I nepermanentní stojany nemusí vypadat jako pouhá krabice, ale mohou unikátním pojetím prezentovat prémiové produkty. Jedním z takových je náš nový limitovaný stojan na Fernet vyvinutý pro prodejní síť Tesco. Stojan se odlišuje unikátními prvky celkového designu. 3D prvky, prémiový produkt, atypické řešení, to vše jsou faktory, které podtrhují jedinečnost tohoto POP projektu. Důležitým faktorem při realizaci byl důraz na udržení prémiovosti vzhledu a zvýraznění vystaveného produktu.

61

N Ostatní (prototypy, vzorky)

62



Tvarovaný Crystal Picture

Zadavatel: DEKOR, spol. s r. o.
Příhlašovatel: DEKOR, spol. s r. o.
Materiály: Akryl, LED osvětlení, backlite

Použití exponátu: interiér

Charakteristika exponátu:

- LED lightbox s výraznými světelnými efekty
- dokonalé grafické zpracování (kvalita digitálního tisku)
- energeticky úsporný – životnost 50.000 hodin
- displej lze implementovat do složitějších POS stojanů
- 12 mm ultratenký lightbox
- CE certifikace, vyrobeno v České republice
- permanentní nebo vyměnitelná grafika
- baleno způsobem UPS standard

N

Ostatní (prototypy, vzorky)

63

Regálové vystavení Gourmet



Zadavatel: Nestlé Česko s.r.o.

Příhlašovatel: Authentica, s.r.o.

Autor: Authentica design

Materiál: MDF lakovaná, LTD černá, akrylát černý, čirý, LED osvětlení

Použití exponátu: Interiérové

Charakteristika exponátu: Na přání zákazníka jsme vytvořili branding pro zviditelnění pamlsků Gourmet značky Purina. A protože se jedná o značku prémiovou, prémiové je i provedení. Využili jsme kombinaci moderních a kvalitních materiálů: akrylátu, lakované MDF i LTD.

Regálové vystavení bylo navrženo s velkým důrazem na originalitu. Jednotlivé komponenty jsou navrhnuty na konkrétní míry regálu, tedy je téměř každý kus originál. Díky do detailů dotaženému provedení a LED osvětlení se vystavení stává jedinečným a originálním prvkem v obchodech. Obrandování regálu Gourmet návštěvníky prodejen doslova chytí za oči, takže domácí mazlíčci nežůstanou opomenuti.

N

Ostatní (prototypy, vzorky)



64

Referenční vitrínka

Zadavatel: Eclipse print

Přihlašovatel: Eclipse print

Autor: Eclipse print

Materiál: playwood 15mm + pvc 0,5cm + plexi čiré 4 mm + extrudovaný polystyren

Použití exponátu: referenční showroom v Eclipse print

Charakteristika exponátu: referenční vitrína která má zobrazit širokou možnost prezentace výrobku formou různých POS materiálů

O Integrované in-store kampaně

65

Drž basu s týmem



Zadavatel: Plzeňský Prazdroj, a.s.
Příhlašovatel: Plzeňský Prazdroj, a.s.
Autor: Michal Kučera, Lucie Vaverová

Zadání projektu: Klíčovým nástrojem k odlišení se od konkurence je pro značku Radegast budování atributu „pivo pro pravé chlapy“, který je konzistentní a relevantní pro cílovou skupinu, jejíž členové jsou pyšní na svoji schopnost překonávat životní výzvy. Radegast je dlouhodobě spojen s hokejem, jakožto sportem „pro pravé chlapy“. Dlouhodobě podporuje regionální hokejové kluby a od sezony 2012 / 2013 je navíc oficiálním pivem hokejové extraligy. Z výzkumu víme, že nakupující často nedojde až do pивní sekce. Proto je velice důležité zaujmout nakupujícího již na jeho cestě obchodem a do pивní sekce ho nalákat/navigovat.

Zadání aktivity: Návrh vystavení a vizibility pro značku Radegast na HM Ahold.

Návrh netradičních POSM, sekundárního vystavení, které zaujme, dobře odkomunikuje promo mechaniku a spojení Radegastu s hokejovou extraligou

Cíl aktivity: 1) Motivovat nakupujícího na velké nákupní misi ke koupi piva Radegast a navýšit tak prodeje o 10%
2) Budovat spojení značky Radegast s hokejem.

Popis realizace projektu: Jednotlivá POSM byla navržena na základě konceptu P2P – Path to Purchase – jehož cílem je oslovit nakupujícího v různých stádiích P2P, a to jak před vstupem do prodejny, tak při pohybu v ní, za použití různých, pro dané stádium relevantních sdělení. Původní návrh počítal i s komunikací mimo prodejny, počínaje kampaní na Billboardech a CLV u prodejce, s netradičním brandingem vstupu do prodejny a dále navigací v prodejní směrem do brandované pивní sekce a k výrazně vizibilnímu druhotnému vystavení. Návrhy POSM byly ve formě skici prezentovány řetězci Ahold, a po dohodě s ním byly schváleny následující 3 místa s komunikací Radegastu na P2P: 1) Navigační stojna 2) Regálové čelo 3) Brandovaný modul v pивní sekci Následně probíhalo focení vizuálů k aktivitě přímo na klíč. Doslova na klíč byly vyráběny jednotlivé komponenty POSM pro jednotlivé prodejny, neboť se dle regionů liší planogramy pивní sekce – Radegast má v různých regionech různé velký prostor.

Výsledky projektu: Skvělá vizibilita akce Drž basu s týmem na hypermarketech Albert v tomto kanálu výrazně přispěla k budování povědomí spojení Radegastu s hokejovou extraligou. V kombinaci s promo cenou v letáku přinesla aktivace navýšení prodeje piva Radegast v době jejího trvání o 102%.



Grilování s Kozlem

Zadavatel: Plzeňský Prazdroj, a.s.

Přihlašovatel: Plzeňský Prazdroj, a.s.

Autor: Jan Byrtos

Zadání projektu: Makro slaví výročí 50 let. Hledali jsme vhodnou aktivitu, která využije tohoto výročí k podpoře prodeje produktů Plzeňského Prazdroje. Jako nejvhodnější značku jsme zvolili Velkopopovický Kozel (VPK), který v letošním roce také slaví - 140 let od uvaření první várky piva. Jako cíle aktivace byly stanoveny: Propojení výročí Makra a značky VPK Podpora prodeje piva VPK

Popis realizace projektu: Nejčastější příležitostí pro konzumaci piva je k jídlu. VPK se dlouhodobě spojuje s grilováním, které jsme zvolili jako téma aktivace a termín v červnu odpovídal startu grilovací sezóny. Mechanika aktivace byla zvolena SMS soutěž provázaná na nákup produktu. Výhrou bylo tematicky celkem 140 plynových grilů Campingaz a každý účastník soutěže navíc získal Kozlí grilovací kuchačku. V rámci aktivace jsme hledali kreativní in-store vystavení, které by se odlišovalo od konkurence a zaujalo nakupující. Za tímto účelem byla zvolena 3D paletová dekorace. Na velkých obchodech bylo využito dvoupaletě jehož součástí byl reálný gril (výhra) a na menších obchodech jednopaletové vystavení s kartonovou maketou grilu. Celkově bylo vystavení designováno tak, aby produkty mohly být pohodlně doplňovány po celých paletách. Aktivita byla podpořena vizuálem v letáku, na obchodech byla mechanika komunikována na plakátech a soutěžních letáčcích.

Výsledky projektu: Nárůst v prodeji Kozla +83% vs předchozí promoce realizované od začátku roku 2014 při podobných cenách s letákovou podporou. Propojení výročí Makra a značky VPK v headlinu aktivity „Oslavte s Kozlem 50 let Makra. Vyhraj za 5 bas jeden ze 140 grilů Campingaz“.

O Integrované in-store kampaně

67

Kingswood / uvedení nového cideru v OFF Trade

Zadavatel: Plzeňský Prazdroj, a.s.

Příhlašovatel: Plzeňský Prazdroj, a.s.

Autor: Jan Jiráský

Zadání projektu: Cider Kingswood byl uveden na trh v roce 2013 pouze jako čepovaný v limitovaných ON Trade provoznách. Cílem pro rok 2014 bylo celoplošné uvedení lahvéové varianty také v OFF Trade a budování celé kategorie cider. Kategorie, která nebyla do této doby mezi spotřebiteli a nakupujícími příliš známá, a byla v OFF Trade reprezentována pouze malým počtem značek se slabší nebo žádnou podporou. Nejprodávanější značkou v této zatím malé kategorii byl cider Somersby s podílem na trhu téměř 90%. Neznalost kategorie cider jsme identifikovali jako hlavní bariéru, kterou musí uvedení cideru Kingswood překonat. Dílčími cíli kampaně bylo doručení plánovaných prodejů novinky v OFF Trade, vybudování plošné distribuce a dosažení opakovaných nákupů minimálně 10% v řetězci Tesco.

Popis realizace projektu: Při uvedení značky Kingswood do OFF Trade jsme se rozhodli úzce spolupracovat s řetězcem Tesco. Řetězec měl nejširší sortiment v kategorii a zároveň profil nakupujících v Tesco nejvíce odpovídal cílové skupině cideru Kingswood – spíše mladší nakupující z vyšší socio-ekonomické skupiny. S řetězcem Tesco jsme dojednali exkluzivní uvedení cideru Kingswood v lahvéové variantě 4 týdny před konkurenčními řetězci. Významnou část nakupujících a spotřebitelů kategorie cider měli podle našich předpokladů tvořit noví nakupující a spotřebitelé, kteří pivo buď vůbec nepijí, a nebo ho pijí pouze příležitostně, tedy můžeme je označit jako nepijáky piva. V rámci exkluzivního uvedení v Tesco jsme se zaměřili právě na oslovení nakupujících, kteří běžně do pивní sekce nechodí. Kingswood byl prezentován po dobu exkluzivního uvedení v každém letáku formou image okna. V in-store prezentaci jsme využívali ¼ paletové kartonové stojany nebo jejich kombinaci s vystavením palety, která byla doplněna stojanem. Úkolem stojanu bylo jasně nakupujícím odkomunikovat, co cider Kingswood je – osvěžující alkoholický nápoj výhradně z jablek. Hlavní sdělení „WELCOME TO KINGSWOOD OSVĚŽUJÍCÍ CIDER“ i vizuální podobě POSM úzce navazuje na ATL komunikaci značky. Vzhledem k zacílení produktu na nakupující, kteří nechodí do pивní sekce, bylo klíčové správné umístění v rámci cesty nakupujících obchodem – zvolili jsme hlavní uličku v blízkosti sekce ovoce, kde se jednak vyskytuje nejvíce nakupujících a zároveň spojení s čerstvým ovocem (jablky) mělo napomáhat vnímání produktu. Po exkluzivním uvedení následovala podpora na zbylé části trhu, kde byl stále jako hlavní formát POSM využíván stojan. Dalšími formáty, které byly v rámci uvedení využity: plakáty, krčkovky na lahve (zde jsme zvolili jako hlavní prvek jablko a na zadní straně informace produktu) a rámečky do lednic. V rámci podpory u 2 zákazníků (Tesco a Albert) jsme využili inovativní řešení pro zvýšení vizibility v pивní sekci - shelf stopery s generátorem jablečné vůně.

Výsledky projektu: Kingswood se stal leadrem trhu v kategorii cider s tržním podílem 45,4% (CYTD Sep 2014) a je tak hlavním faktorem meziročního silného růstu celé kategorie o 593% (CYTD Sep 2014). Plánované prodeje byly překročeny o 21% a v případě exkluzivního uvedení v Tesco o 27%. Již po 4 týdnech prodejů v řetězci Tesco překročili opakované nákupy cideru Kingswood náš cíl a dosáhli 10,9%. Distribuční cíle byly překročeny více než dvojnásobně a to především díky silnější distribuci v tradičním trhu.



O Integrované in-store kampaně

68

Launch olympijské hokejové kolekce

Zadavatel: Nike
Příhlašovatel: WELLEN a.s.
Autor: WELLEN a.s.

Pozadí a důvod: Před zimními olympijskými hrami v Soči představil Nike vlastní limitovanou kolekci, jejíž design vycházel z reprezentačních dresů mužstev, která se účastnila hokejového turnaje na ZOH 2014. Oblečení bylo k dispozici ve dvou variantách - jako funkční nebo fanouškovský dres. Cílem bylo tuto prémiovou edici launchovat a úspěšně prodávat v České republice.

Popis a průběh realizace: Pro launch kampaně byla zvolena vlajková prodejna Nike v Praze Na Příkopě. K dispozici z centrály byla direktiva kampaně "Skate light, play hard", kterou však bylo potřeba lokalizovat. WELLEN navrhl ideální rozložení komunikačních ploch a doplnil původní direktivu zamrzlého ledu o další prvky. Nad rámec byly přidány dynamické 3D hokejové puky, které také prostupovaly výlohami a přitahovaly pozornost kolemjdoucích. Pro dotvoření atmosféry byly nad vystavenými produkty instalovány skryté reprobedny, ze kterých ve smyčce zněl zvukový podkres s typickými hokejovými ganfárami. Realizace byla ztížena možnostmi a omezeními prodejny, která je umístěna v historické budově - nelze tedy zasahovat do povrchů ani omítek.

Výsledky kampaně: Pro prodej kolekce bylo určeno období od začátku prosince 2013 do poloviny února 2014. Limitovaná kolekce fanouškovských dresů byla ve všech estencích - tedy nikoli jen české dresy - vyprodána ještě před Vánoci.



O Integrované in-store kampaně



Český svět grilování

Zadavatel: TPK, spol. s r.o.
Přihlašovatel: Dago s.r.o.
Autor: Dago Team
Materiál: Karton, lamino, dřevo, koberec, aj.

69

Pozadí a důvod kampaně: Celý koncept Českého světa grilování vychází a navazuje na stejnojmenný projekt z roku 2013, který díky instalacím paletových ostrovů s grilovacími výrobky pomohl zvednout jejich prodeje. Z tohoto důvodu se společnost Groupe Bongrain rozhodla, že by před letní sezonou 2014 opět ráda zrealizovala podobný typ kampaně, která by spojila české výrobce, jejichž portfolio je spjato s grilováním. Cílem kampaně bylo nakupujícím maximálně zjednodušit přípravu letního grilování tak, aby vše potřebné našli v rámci jednoho tematického promokoutku, který by svou atmosférou stimuloval emoce zákazníků a přibližoval je k okamžiku spotřeby nabízených produktů – tj. příjemně letní grilovačce s přáteli. Součástí kampaně bylo samozřejmě posílení povědomí a zvýšení vlivnosti značek českých výrobců a stimulace prodejů nabízených produktů v hlavním období grilovací sezony.

Popis průběhu realizace: Společnost Groupe Bongrain se proto opět obrátila na společnost Dago, se kterou realizovala promo kampaň Český svět grilování v roce 2013, aby společně připravili kampaň na rok 2014 zcela od začátku. Součástí celého projektu se stali také Plzeňský Prazdroj, Vitana, Intersnack a La Lorraine. Součástí kampaně byla letáková podpora Českého světa grilování spojená s akčními cenami promovaných produktů. Kampaň probíhala v celé síti prodejen Interspar a promostánek Českého světa grilování byl instalován na deseti vybraných prodejních.

Výsledky kampaně: Kampaň za rok 2014 byla velmi úspěšná a přinesla velké množství spokojených reakcí zákazníků. A za pravdu nám dává i analýza výzkumné agentury IPSOS ve spolupráci s asociací POPAI, která zkoumala identifikaci vlivu tematického paletového vystavení na prodeje přímo jednoho z prodávaných produktů – Sedlčanského Hermelínu na gril ve všech obchodech slevové akce uveřejněné v letáčkách, kdy došlo k průměrnému nárůstu prodeje až o více než 900 % oproti období bez cenové podpory V první promoční vlně, jež startovala 5. 6., se nárůsty prodejů pohybovaly níže, kolem 500 %.

O Integrované in-store kampaně

70

Carling British Cider cherry aktivace

Zadavatel: Pivovary Staropramen s.r.o.

Přihlašovatel: EverWhere, s.r.o.

Autor: EverWhere, s.r.o.

Pozadí a důvod kampaně: Zadáním bylo představit Carling British Cider na českém trhu a to i v rámci in-store komunikace. Úkolem bylo vymyslet takovou strategii, která by strhla pozornost na tento nový osvěžující produkt původem z Velké Británie a oslovit zákazníky v Off Trade netradiční formou, kterou by si zapamatovali. Důraz byl kladen na svěží komunikaci cideru a vymezení se tak oproti pivnímu segmentu. Důležité bylo vysvětlit z čeho se Carling British Cider vyrábí, odkud pochází a jak se má správně servírovat. Naším cílem bylo vyvinout takový set up ochutnávek, který by se v obchodech vyjímal a z obyčejného nakupování udělal neobyčejný zážitek.

Popis průběhu realizace: Při návrhu strategie jsme se zaměřili na tři pilíře, na kterých jsme postavili i základy in-store komunikace. Jsou to: (1) prémiový osvěžující produkt - (2) s britským původem - (3) který představuje novou kategorii moderních ochucených ciderů. Především britskost má silnou reprezentaci v ATL komunikaci, na kterou jsme úzce navázali. Vytvořili jsme tak jednotnou linku, která je pro zákazníky srozumitelná a zábavná. Britský styl je prezentován v designu promo stánku a v kostýmech promo teamu. Samotný promo stánek je tvořen budkou, kterou využívají britští „cold stream guards“. Kostým promotéra byl navržený a ušitý na míru tak, aby maximálně připomínal právě tuto světoznámou ikonu Londýna - hradní stráž a přesto zůstal funkční a pohodlný. Kostýmy hostesek konvenují s prémiovým produktem díky černé pouzdrové minisukni, britská vlajka na topu zase s jeho původem. Samotná budka je vyrobená z EB vlny, abychom zaručili jednoduchou manipulaci. Rovné plochy jsme využili k digitálnímu potisku, aby design vypadal opravdu autenticky. Set-up je doplněn o stolek, na kterém je vytištěný klíčový vizuál, který je použit například i v OOH kampani a proto je komunikace se zákazníkem i v tomto případě jednotná. Na vizuálu převažuje design ovoce v opravdu šňavatém provedení společně s originální brandovanou sklenicí a claimem: „MADE IN BRITAIN, SERVED ON ICE“. Servírovací rituál - na ledu - je naprosto nedílnou součástí ochutnávek. Jablko na vizuálu znázorňuje základní ingredienci pro výrobu cideru a třešně zase ovocnou složku, Carling British Cider Cherry je proto osvěžujícím moderním ciderem. Budka je koncipována tak, aby zaujala zákazníka z téměř každého bodu prodejny. O několik desítek centimetrů totiž převyšuje regály a tím se stává nepřehlédnutelnou. Neméně důležitý je i výběr správného teamu se zápaem pro věc, který dotváří atmosféru celé akce. Díky důrazu na detail a celkovému zpracování konceptu jsme byli schopni zachytit zákazníky v tu správnou chvíli a zanechat v nich pozitivní myšlenku na brand.

Výsledky kampaně: Díky unikátnímu designu set-upu jsme dosáhli toho, že se zákazníci s promo stánkem a teamem v retailu fotili stejně tak jako před Buckinghamským palácem v Londýně. Docílili jsme tím virality skrze sociální sítě a tím i toho, že se produkt dostal mezi cílové zákazníky přirozenou formou. Team také zastával funkci doplňovačů při tzv. výměně strážů a zajistil dostatek pohodlně dostupného produktu v regálech. Také díky tomu jsme dosáhli několikanásobného zvýšení prodeje. Díky okamžité zpětné vazbě zákazníků víme, že lidé měli ze setkání se značkou zážitek, což výrazně ovlivnilo pozitivní vnímání brandu a pomohlo tak produkt úspěšně etablovat na trhu.





ENPLUG **#InteractiveSoftware**

Zadavatel projektu: ENPLUG Europe

Přihlašovatel: AB Trade Europe s.r.o.

Autor: ENPLUG Europe

Charakteristika exponátu: ENPLUG je první otevřenou platformou pro digitální displeje, která přemění jakoukoliv TV nebo projektor v místě prodeje na interaktivní marketingový nástroj. Jedná se o software, který zobrazuje názivo odkazy a příspěvky zákazníků na profilech na sociálních sítích (Facebook, Twitter, Instagram, Fourquare/Swarm) dané provozovny nebo značky. Volitelný je další obsah displeje - RSS kanály, počasí, denní menu, office directory, produktová videa, vlastní grafika a další. Odkazy na značku sdílené zákazníky na sociálních sítích působí multiplikačně na jejich kontakty, přátele a známé, což několikanásobně zvyšuje viditelnost a vnímání značky na trhu u potenciálních nových zákazníků. Díky technologii je možné zvýšit viditelnost (reach) a zapojení zákazníků (engagement) i o více jak 500%!

Popis realizace projektu: Technologie ENPLUG #InteractiveSoftware sestává z mikropočítače (Odroid U3) a samotného zobrazovacího displeje (ViewSonic). U každé obrazovky musí být zmiňovaný mikropočítač. ENPLUG zobrazuje příspěvky z jednotlivých sociálních sítí buď na základě # hashtagů, Facebook stránky, či Check-inů přímo z prostorů daného eventu nebo provozovny. Navíc umožňuje přidání vlastní grafiky ve formě fotek/videí, počasí a RSS kanálů. Uživatelské prostředí je intuitivní a dostupné jako web aplikace na stránce app.enplug.com. EN-PLUG využívá poslední technologické standardy, je vyvíjený na platformě Android a jednotlivé příspěvky můžou být snadno moderované přes mobilní aplikaci (iOS, Android). Displeje můžeme dodat v různých velikostech. Rozměry jsou ve tvaru Šířka x Výška x Hloubka při orientaci na šířku (Landscape). Pro 42" jsou rozměry 98 x 57 x 6,5 cm, pro 55" jsou rozměry 125 x 72 x 7 cm. Samotný displej je umístěn na stojan nebo připevněn na zeď.



Chytrá Spárovačka

72

Zadavatel: KNAUF Praha, spol. s r. o.

Příhlašovatel: Hybrid Studio s.r.o.

Autor: Hybrid Studio s.r.o.

Charakteristika exponátu: Cílem této netradiční formy reklamy je upozornit přímo v místě prodeje na novou spárovací hmotu firmy Knauf a vysvětlit potenciálním zákazníkům její výhody. Pro tyto účely je zařízení obdařeno schopností mluvit a hýbat se. Je na první pohled k nerozeznání od produktů, mezi kterými se v obchodě nachází, takže když na kolemjdoucího znenadání promluví, překvapí jej a vzbudí jeho pozornost. Poté, co interaktivní zařízení naváže s člověkem první kontakt, začne s ním mluvit, přičemž sleduje jeho chování a reaguje na něj. Zákazník se tak nestává pouhým pasivním příjemcem informací, naopak se dialogu aktivně účastní. video projektu: http://youtu.be/7-mb2M_F4-A

Popis realizace projektu: POS zařízení je osazeno dvojicí senzorů, díky kterým sleduje pohyb okolo sebe. Když se zákazník přiblíží na doslech, jeden ze senzorů jej zaregistruje a celé zařízení aktivuje. To se následně pokouší přivolat zákazníka k sobě a pokud se to podaří, začne mu vysvětlovat výhody nové spárovací hmoty. Pro udržení pozornosti je zákazník v průběhu výkladu opakovaně vyzván k tomu, aby na zařízení zamával. Na základě snímaných pohybů pak řídicí jednotka vyhodnocuje, zdali zákazník poslouchá a případně přizpůsobuje výklad. Aby zařízení působilo atraktivnějším dojmem, je mluvené slovo doplněno o pohyb. Ten zajišťují 2 digitální serva, která jsou upevněna na pohyblivé kostře vyrobené technologií 3D tisku. Pohyb je synchronizován s hlasem a je naprogramován tak, aby připomínal lidskou gestikulaci, díky čemuž je zařízení zákaznický vnímáno jako živá bytost. POS je přišroubováno k dřevěné desce regálu, které se v hobbymarketech používají. Je tak zabráněno nežádoucí manipulaci zákazníka s POS.



Interaktivní vyšívané výlohy

73

Zadavatel: Pražská informační služba

Přihlašovatel: WELLEN a.s.

Autor: WELLEN a.s.

Charakteristika exponátu: Pobočka Pražské informační služby v Rytiřské ulici byla z pohledu kolemjdoucích vnímána spíše jako předplatné vstupenek do blízkých divadel. Důležité proto bylo vytvořit její unikátní vizibilitu s důrazem na velmi vysokou znalost Prahy a jejích památek. Cílem bylo zejména nalákat k návštěvě pobočky pro využívání jejich expertních služeb kolemjdoucí, především návštěvníky Prahy.

Popis realizace projektu: Ve třech výkladcích byla umístěna instalace historicky prvních vyšíváných výloh. Každá z nich je inspirována památkami z jiné historické etapy vývoje města: středověk, zlatá éra novověku a moderní stavby. Transparentní panely, vždy 3 plány pro každou výlohu, využívají průniku světla a vrstvení. Je uplatněn vysoký podíl ruční práce, různé materiály a techniky - vyšívání, aplikace a háčkování. Světlo a jeho barevnost je v každé výloze ovládat pomocí mobilního telefonu přímo z ulice. Technologická část využívá programovatelných LED světel Philips HUE. Po jejich snadné ovládní bez ohledu na operační systém telefonu byla vytvořena tailormade mobilní aplikace. Celý systém je řízen přes wi-fi spot.



Brown-Forman stojan s tiskem receptu na drinky

74

Zadavatel: Brown - Forman Worldwide L.L.C.

Příhlašovatel: Dago s.r.o.

Autor: Dago team

Materiál: Tablet, bezdrátová tiskárna, lamino, LED nasvícení, aj.

Zadání a cíle projektu: Máte rádi bílý rum? A co takhle Mojito? Většina společností prodává samotné vystavené zboží. Brown-Forman se však rozhodl prodávat zážitek s jejich produkty. Máte možnost přijít ke klasickému regálu, do kterého je vložen nepřehlédnutelný dotykový display. Speciální (skutečně jednoduchý na ovládání) software Vás v mžiku navede k volbě Vašeho oblíbeného drinku. Po jeho volbě si můžete návod na jeho namíchání přeposlat emailem či si jej na místě vytisknout. Abyste nemuseli chodit po prodejně a ingredience hledat, většinu z nich najdete přímo na místě v tomto „drink-mixovém“ regále. Příklad in-store marketingu, který není jen o produktu, ale o Vás a Vašem zážitku. Kategorie: Digitální POP



Digitální a mobilní marketingový nástroj MATRIX (B2B & B2C)

Zadavatel: L'Oréal - MATRIX

Příhlašovatel: monit s.r.o.

Autor: monit s.r.o. a L'Oréal - MATRIX

Zadání a cíle projektu: Speciálně vyvinutý marketingový nástroj pro digitální komunikaci postavený na základě Mobile-SYSTEMu pro společnost L'Oréal - MATRIX je určen primárně pro podporu kadeřníků a salonů této značky. Cílem projektu bylo lépe spolupracovat s kadeřníky a nabídnout další možnosti, které konkurence nenabízí a to včetně např. rezervací systému pro každý salon, automatického rozesílání pozvánek a celkové správy Salonu. Tento nástroj předbíhá dobu a své konkurenty i tím, že si jej není nutné instalovat a i přesto můžete využívat všech výhod běžných instalovaných aplikací včetně OFF-line práce apod. V jednom řešení zahrnuje B2B a B2C nástroje a dokáže v digitálním prostředí analyzovat data z prodejní sítě, vyhodnocovat úspěšnost kampaní z pohledu zadavatele i salonů/kadeřníků a hlavně velmi významně zdokonalit spolupráci značky se samotnými salony/kadeřníky a jejich zákazníky v oblasti digitálních technologií.

Popis realizace projektu: Jestliže dostanete možnost spolupracovat na tak zajímavém projektu, je radost nikoliv jen „respektovat moderní trendy“, ale posouvat hranice digitálního světa blíže k non-IT zákazníkům. Proto jsme vytvořili na jedné straně velmi intuitivní prostředí - multiplatformní, pracující v ON-line i OFF-line režimu, bez instalace a technických znalostí zákazníků a hlavně komplexními informacemi salonu či kadeřníka na jednom místě. Na straně druhé se jedná o komplexní marketingový nástroj využívající digitální komunikace opravdu naplno, včetně propojení do mobilního marketingu (zaznamenávání návštěvnosti a pohybu zákazníků v systému či salonu, aktivní SMS podpora, personalizované newslettery, poukazy, atd.). Velkou předností řešení je také centrální řízení, které umožňuje změny v systému provádět on-line a hlavně bez nutnosti aktualizací aplikací u zákazníků.

Interaktivní kuchařka Maggi

Zadavatel: Promoangel s.r.o. a Nestlé Česko s.r.o.

Přihlašovatel: Ki-Wi Digital s.r.o.

Autor: Ki-Wi Digital s.r.o. a Promoangel s.r.o.

Zadání a cíle projektu:

1. Podpora prodeje produktů Maggi v místě prodeje interaktivní a vzdělávací formou. **2.** Usnadnění, zpříjemnění a zrychlení přístupu spotřebitelů k produktovým informacím. **3.** Zvýšený prodej (obrat) souvisejících produktů (hlavně uvedených v receptu - nákupním seznamu) ze sortimentu supermarketu. **4.** Podnícení spotřebitele k akci (nákupní seznam a recept prostřednictvím QR kod anebo tisku).

Popis realizace projektu: Hlavní funkcí digitálního infokiosku je přístup zákazníků k informacím prostřednictvím interaktivní aplikace během několika dotyků. Inspirovat zákazníky produktovou kuchařkou s recepty a pomoci jim tak s nápady pro přípravu oběda, večeře, podle různých kritérií (délka přípravy, chuť, cena). Díky receptům zvýšit prodej nejen výrobků MAGGI. **Popis HW:** • Vnitřní infokioskek model Photokiosk s velkou čelní plochou určenou pro sekundární komunikaci (grafický polep) • 23" multi-dotykové AIO (all-in-one) PC s FullHD rozlišením v odolném průmyslovém provedení • Integrovaná tiskárna pro tisk receptu včetně nákupního seznamu. Tiskárna umožňuje úpravu grafiky tisku na přání klienta • Materiál je lakovaný ocelový plech • Bezpečná stabilní konstrukce s rektifikačními šrouby pro vyrovnání podlahových nerovností • Rozměry: 1 670 x 690 x 450 mm. **Popis SW:** • Home page menu s výběrem receptů dle čtyř základních kritérií • Výběr z cca 50 receptů Maggi • Možnost update obsahu podle potřeby přes USB flash disc nebo mobilní internet • Klientská aplikace KIWI Kiosk pro obsluhu dotykového infokiosku • Interaktivní aplikace vytvořená pro potřeby projektu na platformě Windows • Vstupní obrazovka pro propagaci s možností vložení libovolné smyčky médií (videa, obrázky) - dynamický spořič • Obsluha aplikace doprovázena zvukem - mluvené slovo jako nápověda • Výzva k akci: **1.** Stažení receptu s nákupním seznamem prostřednictvím QR kódu do mobilního telefonu a **2.** Tisk receptu s nákupním seznamem.



REJSTŘÍK FIREM



ATS Display Sp. z o.o.

**We design, develop & produce of POSM,
because we KNOW HOW to display!**

ATS Display is a company with many years' experience on the POSM market. The scope of activity is to design and realize comprehensive exhibition systems for promoting products at points of sale, which are recognized by both the customers and the specialists in the POS industry. One of the biggest advantages of ATS Display is the ability to offer all the stages in creating the POS materials: Conception – 3D Design - Development - Production - Logistics. The company has a professional designing studio, a prototype workshop and POS factory park, but more importantly, it employs qualified and competent personnel that have wide experience in creating POS products. Therefore, ATS Display continuously delivers unique, sophisticated, and innovative marketing tools.

Address: ul. Boryszewska 22C, Wiazowna 05-462, Poland

Phone: +48 22 780 47 30

Fax: +48 22 780 41 75

E-mail: info@atsdisplay.com

Web: www.atsdisplay.com

FB: www.facebook.com/atsdisplay



Authentica, s.r.o.

Authentica je mladá kreativní společnost, kde se rodí nápad a design. Na trhy po celé Evropě dodáváme výrobky z kartonu, kovu, dřeva a plastu. V roce 2013 jsme načali druhé desetiletí působení na trhu POP a současně rozšiřujeme své obchodní působení na německý trh, kde jsme založili pobočku ve městě Dreiech.

Authentica je členem POPAI CE.

Adresa: Lazaretní 1/7, Brno 61500

Telefon: +420 548 217 991

Fax: +420 548 217 994

E-mail: authentica@authentica.cz

Web: www.authentica.cz

FB: <https://www.facebook.com/authentica.s.r.o>

REJSTŘÍK FIREM

čermák design

ČERMÁK DESIGN, s.r.o.

Navrhujeme a realizujeme ty nejláznější nápady. Čím víc to vypadá, že to nepůjde, tím víc nás to baví! Milujeme výzvy, nebojíme se jich a co chceme, to dokážeme. Stačí být pořádně zapálený pro věc.

Adresa: Na Zatlance 3, 150 00 Praha 5

Telefon: +420 603 832 419

E-mail: info@cermak-design.cz

Web: www.cermak-design.cz

DAGO

DAGO, s.r.o.

Jsme fullservisová POP agentura s vlastní výrobou založená již v roce 1993. Do projektů našich klientů aplikujeme v rámci našeho konceptu CIS = Complex In-store Solution sofistikované teoreticko-praktické know how z oblasti instore komunikace a působení POP materiálů na nákupní chování zákazníků, které vychází z nejnovějšího výzkumu a trendů. Nabízíme fullservisové zpracování projektu – od analýzy vhodného řešení, přes návrh funkcí, designu, konstrukčního řešení a sériovou výrobu až po dopravu a umístění na prodejní plochu. Našimi klíčovými hodnotami jsou RYCHLOST – DŮVĚRA – ZNALOSTI – EFEKTIVITA. Tyto hodnoty promítáme nejen do interních a externích procesů, ale i do všech fází realizace projektů pro naše zákazníky.

Adresa: Komenského 1020, 267 51 Zdice

Telefon: +420 311 533 390

E-mail: dago@dago.cz

Web: www.dago.cz

DEKOR

DEKOR, spol. s r.o.

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

Adresa: Hradištská 849, 687 08 Buchlovice

Telefon: +420 572 430 555

E-mail: dekor@dekor.cz

Web: www.dekor.cz

REJSTŘÍK FIREM

eclipse.

Eclipse print a.s.

Specializujeme se na velkoplošný tisk s využitím moderních technologií pro ofset, sitotisk a digitální tisk. V nepřetržitém provozu vyrábíme billboardy, abribusy, vlajky, samolepky, plachty pro venkovní reklamu, autoplachty a další produkty. Pro reklamní stojany používáme velmi kvalitní velkoformátový tisk, vyrábíme kartónové stojany a stojany z plastových a pěnových desek. Zajišťujeme veškerou logistiku, uskladnění, aplikaci samolepek na dopravní prostředky, vyvěšování plachet a další služby. Kompletní technologické vybavení nám umožňuje nezávisle produkovat široké spektrum POS výrobků

Adresa: U nákladového nádraží 6, 130 00 Praha 3

Telefon: +420 283 012 555

E-mail: sales.prague@eclipse-print.com

Web: www.eclipse-print.com

ENPLUG



ENPLUG EUROPE

AB Trade EUROPE s.r.o. - autorizovaný distributor technologie ENPLUG v Evropě

Společnost ENPLUG byla založena v Kalifornii v roce 2012 a byla vyhlášena za jednu z nejlepších start-up společností. Aktuálně byla také oceněna titulem BEST SOCIAL APP pro rok 2014 v prestižní soutěži organizované společností REGALIX v Silicon Valley. V současnosti koncept disponuje tisíčkami instalací v Americe a společnost AB Trade Europe s.r.o. přinesla tuto jedinečnou technologii i do Evropy! ENPLUG je softwarová společnost, která se specializuje na implementaci interaktivních aplikací pro širokou škálu zařízení. Naše nejoblíbenější služba je integrace sociálních sítí, která se zrodila z potřeby vyjádřit svoje pocity zábavným způsobem, zatímco majitelé podniků a provozoven využívají tyto myšlenky svých zákazníků ve svůj prospěch. Skutečná hodnota softwaru ENPLUG je dvojnásobná. Jedna z nich je, že majitel je schopný jinak obyčejnou televizi oživit jednoduchým softwarem, druhou výhodou je, že je schopný dosáhnout prostřednictvím interaktivity svých zákazníků zvýšení viditelnosti své značky na sociálních sítích.

Adresa: Staničná 26, 82104 Bratislava

Telefon: +421 2 4552 990

E-mail: info@enplug.eu

Web: www.enplug.com

everwhere
whatever marketing agency

EverWhere s.r.o.

Jsmo EverWhere - marketingová agentura, „whatever“ je náš přístup k práci, způsob přemýšlení agentury. Snažíme se upustit od zažitých formátů a šablon marketingu, které ztrácejí na účinnosti. Naše agentura

REJSTŘÍK FIREM

přístupuje ke každému klientovi velmi individuálně. Přicházíme s návrhem, za kterým stojí hodiny přemýšlení, osobní přístup týmu, kreativita a vysoké nasazení. Můžeme vymyslet „whatever“ - cokoliv co funguje, splňuje zadání klienta, je obohaceno naší kreativou a zajistí reálné naplnění očekávaných cílů. Hlavním pilířem našich aktivit je event marketing v mnoha podobách od outdoorové roadshow, přes instore ochutnávky až po večerní společenské eventy. Důležité je pro nás vytvořit WOM a zapojit do aktivit emoce lidí tak, aby měli ze setkání se značkou zážitek.

Adresa: Oldřichova 21, Praha 2, 12000

Telefon: +420 737 736 679

E-mail: info@everwhere.cz

Web: www.everwhere.cz

HSYTBURDIDO

Hybrid Studio s.r.o.

Hybrid studio se specializuje na design, vývoj a využití interaktivních technologií v marketingu a produktovém designu. Reklamu transformuje v zážitek, který zprostředkovává spotřebiteli. Pomocí nových digitálních technologií je spotřebitel přímo zapojen do reklamy, může ovlivnit jak se reklama chová, nebo jak vypadá.

Adresa: Cornovova 904/52, 61800, Brno

Telefon: +420 776310914

E-mail: info@hybrids.cz

Web: www.hybrids.cz

kartpen

Kartpen s.r.o.

Společnost Kartpen je kreativní grafické a produkční studio se specializací na tvorbu designu, grafiky, technického řešení a výrobu především materiálů pro podporu prodeje, určených ke zvýšení povědomí o značkách a výrobcích. Náš důraz při navrhování vizuálních systémů, a to nejen POS materiálů, klademe na to, aby byly pochopitelné, atraktivní pro spotřebitele, a připravovány v souladu s celkovým konceptem značky. Naším hlavním úkolem je rozvíjet marketingovou a obchodní podporu zastupovaných produktů a to nejenom na českém trhu. Pomáháme klientům ke zvýšení jejich prodejů, prohlubování povědomí při prezentaci jejich značek produktového portfolia a šíření dobrého jména s využitím mezinárodních znalostí a trendů. Naší filozofií je obchod založený na profesionálním přístupu a vysoké kvalitě námi poskytovaných služeb.

Adresa: Osadní 26, 170 00 Praha 7

Telefon: +420 222 352 666

E-mail: info@kartpen.cz

Web: www.kartpen.cz

REJSTŘÍK FIREM



Ki-Wi Digital s.r.o.

Ki-Wi Digital je ICT společnost vyvíjející Digital Signage software pro vzdálené ovládání, plánování obsahu a řízení displejů, tabletů a interaktivních kiosků určených pro široké spektrum zákazníků, především z oblasti retailu, reklamních agentur, průmyslových podniků, měst a obcí. Svým klientům poskytuje nástroj pro přímou online komunikaci s nakupujícími v místě prodeje prostřednictvím digitálních displejů. Rovněž skrze svá interaktivní digitální zařízení propojuje svět virtuálního online nakupování s kamennými prodejny.

Adresa: Kubánské náměstí 10

Telefon: +420 602 220 899

Mail: info@ki-wi.cz

Web: www.ki-wi.cz



Klak&Son, a.s.

Klak&Son Communication of the future.

Brand building, packaging design, BTL and digital marketing.

Adresa: Na Šafránce 22, 101 00, Praha 10

Telefon: +420 271 737 57

E-mail: michal.sadilek@klakson.cz

Web: www.klakson.cz



The LEGO Group

LEGO Group je společnost v osobním vlastnictví se sídlem v dánském Billundu. Společnost dodnes vlastní rodina Kirka Kristiansena, který ji založil v roce 1932.

LEGO Group se zapojuje do rozvoje dětské tvořivosti prostřednictvím hry a učení. Společnost, která staví na světoznámé LEGO® kostce, dnes nabízí hračky, zážitky i výukové materiály pro děti ve více než 130 zemích.

www.lego.com



Mondelez Czech Republic

Společnost Mondelez Czech Republic je součástí společnosti Mondelez International, Inc., která je předním výrobcem cukrovinek a snacků, jehož obrat v roce 2012 činil 35 miliard amerických dolarů. Mondelez International, nástupce společnosti Kraft Foods Inc., přináší radostné okamžiky lahodné chuti spotřebitelům ve 165 zemích a patří k největším světovým výrobcům čokolády, sušenek, žvýkaček,

REJSTŘÍK FIREM

bonbonů, kávy a rozpustných nápojů. Patří jí značky, jejichž hodnota se vyjadřuje v miliardách dolarů a mezi něž patří čokoláda Milka a Cadbury Dairy Milk, káva Jacobs, sušenky LU, Nabisco a Oreo, rozpustné nápoje Tang a žvýkačky Trident. Mondelez International působí v České republice a na Slovensku od roku 1992 a dnes je nezpochybnitelnou jedničkou ve výrobě sušenek a čokoládových cukrovinek na českém i slovenském trhu. V obou zemích zaměstnává více než 3 tisíce zaměstnanců a obchodní zastoupení firmy prodává na území České a Slovenské republiky neuvěřitelných 550 produktů pod 24 značkami.

Adresa: Karolinská 661/4, 18600 Praha 8, Karlín

Telefon: +420 296 380 111

Web: www.mondelezinternational.cz



marketing
research

monit s.r.o.

Společnost monit je předním poskytovatelem služeb pro komplexní marketingová řešení v oblasti nových digitálních a mobilních technologií (unikátní nástroj MobileSYSTEM), marketingových průzkumů, strategií a analýz, hodnocení exekuce obchodních zástupců firem, merchandisingu, in-store a out-store eventů, kreativních kampaní, návrhů věrnostních programů. K dosahování výjimečných výsledků v oblasti kvality a rychlosti jí napomáhá její mimořádná pozornost, nejlepší personální zajištění a využívání nejmodernějších IT nástrojů včetně softwarového i hardwarového vybavení pro on-line sběr dat / komunikaci. Díky čemuž patří k leadrům na trhu.

Adresa: Hybešova 42, 60200 Brno

Telefon: + 420 773 111 501

E-mail: office@monit.cz

Web: www.monit.cz a www.mobilesystem.eu



MORIS design s.r.o.

MORIS design je předním výrobcem prostředků na podporu prodeje v České republice a největší firmou v tomto oboru v Praze. Specializuje na realizace komerčních interiérů na klíč, POP a POS materiály. Na trhu působí od roku 1997. Prodejní stojany značky MORIS design lze najít ve 45 zemích světa včetně Asie a USA.

Adresa: Pod Stárkou 33, 140 00 Praha 4

Telefon: +420 222 51 22 31

E-mail: moris@moris.cz

Web: www.moris.cz

REJSTŘÍK FIREM



Plzeňský Prazdroj, a.s.

Plzeňský Prazdroj založili a postavili společnými silami právováreční měšťané města Plzně v roce 1842. V tehdejší Měšťanském pivovaru Plzni byla uvařena první várka spodně kvašeného ležáku, který následně dobyl celý svět pod jménem Pilsner Urquell, a který dal název celému jednomu druhu piv – Pils.

Plzeňský Prazdroj je významným výrobcem a exportérem českého piva, které vaří ve čtyřech pivovarech, v Plzeňském Prazdroji a Gambrinusu v Plzni, v Radegastu v Nošovicích a pivovaru Velké Popovice ve středních Čechách. Plzeňský Prazdroj vyváží pivo do více než padesáti zemí po celém světě.

Sládkové Plzeňského Prazdroje vaří tradiční česká piva Pilsner Urquell, Gambrinus, Radegast, Velkopopovický Kozel a do portfolia patří také Primus a Klasik. Mezi nejoblíbenější nealko piva patří pivo Birell, pivní nabídku dále obohacují pivní speciály Master, svrchně kvašené pšeničné pivo Fénix a perlivý nápoj Frisco. Do portfolia patří také osvěžující míchané nápoje z piva a ovocné šťávy Gambrinus Řízný citron nebo Gambrinus Limetka&Bezinka.

Adresa: U Prazdroje 7, 304 97 Plzeň

Telefon: 377 062 095 (kontaktní osoba – L. Vaverová 724 618 001)

E-mail: lucie.vaverova@pilsner.sabmiller.com

Web: www.prazdroj.cz



REDA a.s.

Společnost REDA je dynamicky se rozvíjející mezinárodní společnost, která se již 23 let zabývá výrobou, potiskem a prodejem reklamních a dárkových předmětů a s tím souvisejících služeb.

Svým zákazníkům nabízíme kompletní logistické projekty a služby, které zahrnují servis vlastního e-shopu, využití skladových prostor, vyskladňování a distribuci zboží dle požadavků, adt.

Ve spolupráci se svými klienty vyvinula společnost REDA unikátní funkcionalitu ONLINE POTISK, díky které je možno definovat potisk přímo na e-shopu z pohodlí kanceláře a získat okamžitý náhled potisku na zboží a výpočet ceny včetně potisku.

Je členem asociací POPAI, PPAI, PSI.

Je držitelem certifikátu ISO 9001:2009.

Adresa: Hvězdoslavova 55d, 627 00 Brno Slatina

Telefon: +420 548 131 111

E-mail: info@reda.cz

Web: www.reda.c

REJSTŘÍK FIREM

RESPIRO[®]
Green design for a better future

Respiro Upcycled Alchemy s.r.o.

Od roku 2012, kdy RESPIRO vykouklo na svět, tak jak ho dnes známe, ušlo velký kus cesty. Své názory, pocity a myšlenky vyjadřujeme prostřednictvím naší filosofie, kterou přenášíme k našim zákazníkům. Spojení kreativity a společensky zodpovědných přístupů nejen k životnímu prostředí je to, co našim zákazníkům přináší obrovské benefity a zároveň nás to baví. RESPIRU se, díky svému přístupu a filosofii up-cycling, daří podávat reklamu i marketing jinak. Prostě se snažíme, aby naše činění mělo vtípek, přinášelo užitek a dělalo všem lidem okolo radost. Respiro CSR oddělení pomáhá klientům získat co nejvíce ze svých CSR aktivit nebo definuje CSR marketingové strategie, aby pomohly značce nebo klientovi obecně v růstu. Výsledkem je to, že CSR není pouze prázdným marketingovým nástrojem, ale přináší obrovské benefity nejen pro firmu, ale také pro společnost jako takovou.

Adresa: Sadová 1728/17, 702 00 Ostrava

Telefon: +420 777 045 495

E-mail: jm@respiro.cz

Web: www.b2b.respiro.cz

rmp RETAIL MARKETING PRACTICE

Retail Marketing Practice, s.r.o.

Retail Marketing Practice, s.r.o. RMP je první společností v Česku, která se specializuje na integrovanou retailovou komunikaci (IRC). RMP má k dispozici téměř 25 specialistů a produkčních expertů, kteří mají dlouholeté zkušenosti, zahrnující všechny klíčové oblasti retailového marketingu a komunikace. Vzhledem k dynamické povaze maloobchodního trhu je RMP vysoce efektivní, rychle se rozhodující firmou.

Adresa: Šafaříkova 201/17, 120 00 Praha 2

Telefon: +420 602 122 027

E-mail: mark.wright@retailmp.cz

Web: www.retailmp.cz

REJSTŘÍK FIREM



REX spol. s r.o.

Společnost REX spol. s r.o. je již více jak 24 let dodavatelem a přímým výrobcem světelných reklam, neonů, LED aplikací v mnoha provedeních. Naše společnost navrhuje, vyrábí a montuje velkoplošné reklamy typu Signtech, SignWare (na textilní aplikace). Vyrábíme světelné obrazy, plovoucí písmo, plastické písmo ve všech materiálových provedeních. (plexi, plast, MDF, polystyren, Styrodur, AL, ušlechtilé kovy nerez, mosaz). Jsme výrobce firemních totemů, pylonů, orientačních systémů budov. Dodáváme informační vitríny, CLV vitríny, klap rámy, reklamní poutače, samolepící grafiku, digitální tisk, transparenty, prezentační systémy, POP, Roll Up, roletky, výstavní systémy, paravany.

Adresa: Bubenská 20, 175 00 Praha 7

Telefon: +420 233 374 021,

E-mail: rex@rex-reklama.cz

Web: www.rex-reklama.cz



*Produkty na podporu predaja
a svetelná reklama*

Ross s.r.o.

Začiatky spoločnosti Ross s.r.o. siahajú do roku 1992 a v súčasnosti pôsobí na slovenskom, českom a európskom trhu už viac ako 22 rokov, disponuje vlastnými priestormi so špičkovými technológiami. Filozofiou spoločnosti Ross je poskytnúť klientom produkty s jedinečným dizajnom, vysokým úžitkom a primeranou cenou. Vyrába produkty na podporu predaja a svetelnú reklamu. Pre zákazníkov ponúka komplexnosť, od dizajnu, výroby, montáže a servisu, výsledkom ktorej sú materiály spĺňajúce najvyššie požiadavky užívateľov a pomáhajú zákazníkovi zvýšiť vizibilitu a predaj.

Adresa: ROSS s.r.o., Hollého 205/52, 015 01 Rajec

Telefon: +421 415 422 109

E-mail: ross@ross.sk

Web: www.ross.sk

SPEED PRESS +

reklamní a dárkové předměty

SPEED PRESS Plus a.s.

Společnost SPEED PRESS Plus a.s. - reklamní a dárkové předměty, je svým klientům partnerem a specialistou v oblasti reklamních a dárkových předmětů již 23 let. Navrhuje svým zákazníkům komplexní řešení a tím jim šetří i čas. Do svých nápadů vkládá kreativitu, emoce, radost a proaktivní přístup. Společnost je přímo napojena na výrobní závody nejen na dálném východě, přes které realizuje výrobu na zakázku, do které efektivně vkládá nejpřesnější otisk svých klientů.

REJSTŘÍK FIREM

Disponuje vlastním výrobním a skladovým zázemím v Libušíně u Kladna. V portfoliu v současnosti nabízí 45 000 skladových předmětů. Za její práci hovoří realizace, reference klientů a ocenění na prestižních soutěžích. Ráda své klienty inspiruje také ve své vzorkovně s 8 500 předměty na ploše 460 m². Je držitelem certifikátu ISO 9001:2008.

Adresa: Freyova 8, 190 00 Praha 9

Telefon: +420 234 140 111

E-mail: sales@speed-press.cz

Web: www.speed-press.cz



STI Group

STI Group působí na trhu již od roku 1879, disponuje celkem 12 výrobními závody v různých evropských zemích. K jejím zákazníkům patří přibližně polovina největších evropských výrobců spotřebního zboží / FMCG / a vedoucí zástupci prodejců a výrobců průmyslového zboží. V České republice se firma STI Česko ve svém výrobním závodě v Rumburku zabývá především výrobou displejů a promočních obalů z kartonu a lepenky. Disponuje velkoformátovým offsetovým tiskovým strojem, kašírkou i několika výsekovými stroji. Firma je také vybavena několika lepicími stroji, může tedy nabídnout lepení stojanů i krabiček. V rámci svého servisu zajišťuje také kompletaci a dopravu k zákazníkům.

Adresa: Žitná 123/21, 40801 Rumburk

Telefon: +420 412 354 801

E-mail: service.cz@sti-group.com

Web: www.sti-group.com



STORY DESIGN, a.s.

Společnost STORY DESIGN patří mezi přední středoevropské společnosti v oblasti realizace komerčních interiérů a prvků na podporu prodeje. Kompletní technologie na zpracování dřeva, plastů i kovu dávají designérům firmy jedinečnou možnost navrhovat produkty bez výrobních omezení.

Adresa: Moravská 949, 570 01 Litomyšl

Telefon: +420 461 613 313

E-mail: info@story-design.cz

Web: www.story-design.cz

REJSTŘÍK FIREM



wellen
retail experience

WELLEN a.s.

WELLEN a.s. je retailová agentura, založená v roce 2003. Zabývá se kompletní strategií, plánováním, komunikací a správou retailu. Komplexní zpracování každé zakázky vždy začíná výzkumem a strategickým plánováním, protože dokonalá znalost požadavků a očekávání je cesta k zákaznickovu srdci. Silný kreativní tým navrhuje originální a inovativní řešení. Vlastní produkční a instalační týmy zajišťují precizní zpracování a realizaci, protože i ten nejmenší exekuční detail může hrát tu nejdůležitější roli. WELLEN je partnerem mnoha firem a značek, které si uvědomují důležitost komunikace at-retail. WELLEN věří, že každý zákazník má právo si užít nakupování.

Adresa: Třebohostická 3165/5a. 100 00 Praha 10

Telefon: +420 270 004 040

E-mail: info@wellen.cz

Web: www.wellen.cz

WILLSON & BROWN

Willson&Brown Czech, s.r.o.

Společnost Willson&Brown již 20 let vytváří pro své partnery představy výjimečných řešení P.O.P. a jejich realizace. Nabízíme inovační řešení v oblasti projektování a výroby standardních a individuálních materiálů P.O.P.: stojanu, regálových a paletových vystavení, systému pro police, displejů na pult, návrhu interiéru, systému pro obchody a promoční stanoviště, shop-in-the-shop a mnoho jiných. Zabýváme se vývojem a výrobou P.O.P. produktů z plastů, papíru, kartónu, kovu, skla a kombinací těchto materiálů. Díky množství poboček obchodního zastoupení je působnost společnosti Willson&Brown celosvětová.

Adresa: Belgická 20, 120 00 Praha 2

Telefon: +420 222 519 120

Fax: +420 222 516 381

E-mail: biuro@w-b.cz

Web: www.willson-brown.com

GENERÁLNÍ PARTNER

Freeboard®

Feel **FREE** to show up!

HLAVNÍ PARTNEŘI



čermák design

eclipse.



STI GROUP

PARTNEŘI



DAGO



DEKOR

MORIS
DESIGN

authentica®
POP & POS SOLUTIONS



SPONZOŘI



STORY DESIGN

Coca-Cola

ppm
factum



RITTERPEN
RITTER CZ, s.r.o.

Budweiser
Budvar

BRAND
CONCEPT

ODBOBNÍ PARTNEŘI



GMS

AA> AKTIVAČNÍ
AGENTURY
AKA

HLAVNÍ MEDIÁLNÍ PARTNER

ZBOŽÍ & PRODEJ

MEDIÁLNÍ PARTNEŘI

Brands & Stories

MARKETINGSALES MEDIA
místoprodeje.cz

TOVAR & PŘEJAJ

PRVNÍ TABLETOVÝ FIDELITY
DOTYK
VŠETKÉ SE VĚSTÍ, VŠETKÉ SE PROSDÍ

abreklama.sk

signs
promotion

event
promotion