



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
AUTOMOBILY



**POPAI
AWARDS**



AUDI EYE CATCHER

- Zadavateľ:** Porsche Slovakia s. r. o.
Prihlasovateľ: ROSS s.r.o.
Autor: ROSS s.r.o.
Materiály: hliník, akrylát
Použití exponátu: Prezentácia prémiových áut Audi



Charakteristika exponátu: Audi EYE CATCHER je celoročná platforma pre predstavenie novinek zo sveta Audi. Prezentuje automobily pri nákupných centrách, u predajcov Audi a na rôznych akciách. Prezentačné pódium Audi Eye Catcher je postavené na typizovanom príviesnom vozíku, ktorý sa dá prepravovať za osobným autom. Na vozíku je inštalovaná oceľová zinkovaná konštrukcia umožňujúca nájazd auta. Montáž je veľmi jednoduchá. Nie sú potrebné žiadne ďalšie náklady na prevádzku a údržbu. Celé pódium sa dá jednoducho poskladať a naložiť na vozík. Takto poskladané je pripravené na bezpečné premiestnenie na miesto prezentácie. Pódium je flexibilné na vystavovanie rôznych modelov Audi, svetelný brand je ľahko vymeniteľný. Eye Catcher tvoria štyri panely z ohýbaného hliníkového plechu oplášteného aluco bondom a oblepený liatou plotrovanou fóliou. Svetelné nápisy a logá sú vyrobené z 30 mm akrylátu. Súčasťou pódia je aj svetelné delo - zabudované v konštrukcii vozíka, ktoré vyzaruje svetelný lúč na oblohu. Auto, ktoré je vystavované na Eye Catcher je navyše podsvietené vysoko svietivými LED diódami. Vďaka jedinečnému prevedeniu, nadčasovému dizajnu a osvetleniu je Audi Eye Catcher významnou súčasťou prezentácií prémiových áut.

**9**

STOJAN ORION PREMIUM

- Zadavatel:** Nestlé Česko, s.r.o
Přihlašovatel: Authentica, s.r.o.
Autor: Authentica, s.r.o.
Materiály: Dřevo, překližka + uv digi tisk
Použití exponátu: Řetězec Tesco (obchodní domy)

Charakteristika exponátu: Stojan byl vytvořen pro posílení nové prémiové řady tabulkových čokolád značky ORION. Méně je někdy více – zde výrazné obaly čokolády nepotřebují přehnaně luxusní okolí. Stojan svým minimalistickým dojmem a použitými materiály jen dotváří okolní prémiový charakter. Hlavní prim hraje lehká grafika v podobě malých hvězdiček a patinovaného dřeva. Vychytaná a na první pohled jednoduchá konstrukce dělá ze stojanu geniální nosič v místě prodeje, oceněný mimo jiné odborníky v soutěži PACKSTAR 2017.

KATEGORIE

B

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
POTRAVINY



**POPAI
AWARDS**



10

STOJAN KUFR - MODRÉ Z NEBE

Zadavatel: Nestlé Česko, s.r.o

Přihlašovatel: Authentica, s.r.o.

Autor: Authentica, s.r.o.

Materiál: Kov, akrylát, PET, komatex, karton, samolepka, konopné lano

Použití exponátu: Letiště Praha

Charakteristika exponátu: Jak oslovit turisty před odletem? „Na letiště jedině s kufrem“ - výzva k vytvoření stojanu vystupujícího z řady! Detailní provedení jednotlivých částí např. madla či lana dělá ze stojanu unikátní, tvarově vychytaný model kufuru. Přivezte svým blízkým sladké čokoládové potěšení z Prahy - jen si prohlédněte, co jsme Vám zabalili s sebou!



REGÁLOVÝ OBRAZ JOJO

Zadavatel: Nestlé Česko, s.r.o

Přihlašovatel: Authentica, s.r.o.

Autor: Authentica, s.r.o.

Materiály: Kovové díly - Al s povrch. úpravou komaxit, PET, HPS, komatex, samolepka, LED, kov. háky

Použití exponátu: Globus ČR

Charakteristika exponátu: Jak přilákat do cukrovinkové uličky, které se většinou při nákupu chceme vyhnout? Přidejte mezi regály prvek, který upoutá pozornost svou hravostí, nápaditostí a barevností - například regálový obraz JOJO! „Ideální ukázka toho, jak z nákupu udělat zážitek.“ Spojením precizní kreativy s hlavním hrdinou televizní reklamy a dokonalého technického provedení vznikla vítězná realizace měsíce na portálu mistoprodeje.cz.

11



SHELF IN SHELF MILKA

Zadavatel: TOTAL MARKETING SUPPORT

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

Autor: Packshot

Materiály: Přírodní dřevo, překližka, plast, kovový zvon, LCD plus mini PC, plyšová hlava krávy, umělá tráva, dekorace, sezónní brand

Použití exponátu: Glóbus Černý Most Praha

Charakteristika exponátu: Samostatně stojící regál vizuálně spojený se značkou, který je umístěn na prodejní ploše obchodu a kromě samostatného vystavení čokolád a čokoládových cukrovinek nabízí zákazníkům také exkluzivní a ve volném prodeji dosud nedostupné non-foodové produkty. Klád se důraz na absolutní nezávadnost a samozřejmě šetrnost vůči životnímu prostředí, proto je regál vyroben především z přírodních materiálů, a to převážně dřeva. V horní části regálu je umístěna plyšová hlava krávy Milka. Nezbytnou součástí je také LCD jako podpůrný prvek nejen vystavovaných produktů, ale celé značky. Pro malé zákazníky je součástí regálu zvon, na který si můžou s chutí zazvonit. Pro podporu atmosféry rakouských Alp je zde umístěna umělá tráva s květinami, kterou ocení především právě ti nejmenší z nás.



COCA COLA - COKE POINT

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

Příhlašovatel: Sprint Trading s.r.o.

Autor: Tým Sprint Trading

Materiály: Akrylát, Dibond, PVC, kov, MDF

Použití exponátu: Síť obchodů TERNO Slovensko

Charakteristika exponátu: Pro silnou kategorii nealkoholických nápojů jsme navrhli a vyrobili prémiové paletové vystavení "Coke Point". Cílem bylo vytvořit permanentní vystavení přístupné ze všech stran s promoční částí pro změnu komunikace v rámci aktuální kampaně. Podařilo se nám vytvořit atraktivní vystavení, které na trhu poutá pozornost, má dostatečnou komunikační plochu a navíc i velkou prodejní kapacitu. Coke Point se skládá ze 4 hlavních sloupů, jejichž značnou část tvoří výrazná láhev Coca Cola z potištěné MDF desky. Horní logo a police z akrylátu jsou prosvětleny s cílem upoutat pozornost zákazníka a zvýšit atraktivitu celého vystavení. Pro úplný komfort je do vystavení zabudována také lednice.

16



PERMANENTNÍ STOJAN NESCAFÉ DOLCE GUSTO

18

- Zadavatel:** Nestlé Česko, s.r.o.
Příhlašovatel: Dago, s.r.o.
Autor: Dago Team
Materiál: Lamino, plexisklo, káva, sklo
Použití exponátu: Hypermarkety

Charakteristika exponátu: Čistý a svěží design stojanu propojuje příjemnou prezentaci značky a přehledný výběr kapslí Nescafé Dolce Gusto. Stojanu dominuje 3D logo s fragmentovaným provedením šálku s Latte Macchiato, a tyto výrazné prvky upoutají pozornost nejenom kávových milovníků. Následně je ponechán prostor a hlavní slovo samotnému produktu. Minimalistické provedení, dané striktním brand manuálem značky Dolce Gusto a premiový design v bílé barvě dává vyniknout mimořádně široké škále nápojů, které lze s kapslemi vykouzlit. Jednotlivé druhy kapslí jsou rozděleny do několika barevně označených skupin s důrazem na novinky. Zrnka kávy nasypané pod skleněnou polici nevytvářejí pouze krásný detail, ale také umocňují smyslový zážitek a touhu po vychutnání šálku oblíbeného horkého nápoje.

**25**

CIDERFESTIVAL KARTONOVÝ STOJAN

- Zadavatel:** Plzeňský Prazdroj, a. s.
Příhlašovatel: Plzeňský Prazdroj, a. s.
Autor: Addict Agency s.r.o. / Plzeňský Prazdroj, a. s.
Materiály: Karton
Použití exponátu: Hypermarkety a supermarkety

Charakteristika exponátu: Tento stojan byl vyvinut v rámci aktivity Ciderfestival, která měla za cíl představit kategorii ciderů novým zákazníkům a posílit pozici u stávajících nakupujících. Úkolem stojanu bylo odprezentovat na jednom stojanu dva poměrně odlišné produkty. Sice se jedná o cidery, avšak chuťový profil je značně odlišný a stejně pak komunikace značek. Stojan se s tímto problémem vypořádal rozdělením na poloviny a komunikací skrze dva odlišné světy. Klíčový vizuál stojanu tedy rozděluje cidery na party (Frisco) a na piknik či relax (Kingswood). Navíc stojan umožnil prodávat i třetí cider, Kopparberg, který je umístěn formou kartonového příživníku po straně. Stojan pojme až 100 ks produktů po naplnění. Díky umístění vícero značek, stojan byl na prodejní ploše ponechán delší dobu než pouze stojan s jednou značkou a zároveň se pak zvýšila šíře distribuce.



PALETOVÉ VYSTAVENÍ JAGERMAISTER

- Zadavatel:** Remy Cointreau Czech Republic, s.r.o.
Příhlašovatel: Dago, s.r.o.
Autor: Dago Team
Materiál: Karton, lamino, plast, dubond, diody, umělé listy
Použití exponátu: Hypermarkety

28

Charakteristika exponátu: Pro podzimní akci značky Jagermeister jsme vytvořili tematicky i designově originální a unikátní vystavení, které bylo následně na prodejních pro několik řetězců různě velikostně adaptováno. Veškeré obměny vychází z hlavního, velmi zajímavého a neotřelého prvku. Tím je „origami“ skládaný jelen, který je složený z jednoho kusu dibondové desky. Celkové provedení nádherně barevně doplňují umělé stromy v podzimních barvách. Tím však škála detailů teprve začíná, protože se nezapomíná ani na správnou teplotu servírování nápoje. Proto je součástí vystavení vždy mrazák, ze kterého si zákazníci mohou láhve také odebrat. Skutečně nepřehlédnutelnou realizaci ještě vyzdvihuje kombinace oranžového a bílého LED svícení. V místě prodeje je vystavení doplněno o další navigační druhy POS (rukávy na bezpečnostních bránách, navigační podlahové samolepky).

31

RECIPE & MIXING STAND

Příhlašovatel / Applicant:

ATS Display Sp. z o.o.

Zadavatel / Advertiser:

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

Autor/ Author:

ATS Display Sp. z o.o.

Použité materiály /

Material from which the exhibited product is composed of:

Kov, dřevo, překližka
Metal, wood, plywood

Použití exponátu / Where and how has it been used:

Moderní maloobchodní síť: hypermarkety, supermarkety
Modern network: hypermarkets, supermarkets

Charakteristika / Exhibit description:

Cílem této realizace bylo představit nápoje Coca-Cola na jednom místě společně s doplňkovými produkty, jako jsou alkoholické nápoje, limetky, tabasco omáčky a podpořit konzumaci těchto nápojů. Recepty na nápoje umístěné na magnetických fóliích a letáčích slouží k podpoře nákupu každého z vystavených výrobků. Kromě toho umožňuje stojan zobrazit jakýkoli reklamní obsah a také inspiruje zákazníky k vyzkoušení receptů na nápoje.

The aim of this product was to display Coca-Cola beverages in a single place along with complementary products such as alcohol, lime, tabasco sauces and encourage the use of these drinks. Recipes for the drinks placed on magnetic foils and leaflets encourage the purchase of each of the exhibited products. In addition the tablet may display any advertising content as well as enables customers to check drink recipes.





REGÁLOVÉ ČELO JACK DANIEL'S

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

Příhlašovatel: Dago, s.r.o.

Autor: Dago Team

Materiál: Dřevo, karton, diody

Použití exponátu: Hypermarkety

Charakteristika exponátu: Letos tomu bylo 125 let, kdy pan Jack Daniel poprvé otevřel dveře svého legendárního Red Dog Saloon, a na oslavu tohoto výročí byla také na český trh uvedena limitovaná edice Jack Daniels RED DOG Saloon Whiskey. Jako podporu v místě prodeje vytvořil DAGO tým regálový modul, jehož podoba mohla nakupující přenést aspoň na chvíli prostorem - do města Lynchburg, v Tennessee, kde na náměstí stával zmíněný bar, plný hudby a konverzace. Pro uskutečnění zmíněné cesty byly navrženy dřevěné lítačky ve spodní části vystavení. V horní části nápadité realizace bylo zkombinováno vystavení tzv. „hero“ produktu na osvětleném sudovém dně s vystavením merchandisingu, který nákupní promoakci doplňoval.



32



LAMP CUP

Zadavatel: Brand Factory Danmark A.S.

Přihlašovatel: ROSS s.r.o.

Autor: ROSS s.r.o.

Materiály: porcelán, plast,

Použití exponátu: Osvetlenie interiéru obchodu

Charakteristika exponátu: Lamp cup je jedinečné a nápadité svietidlo vyrobené z reálnej porcelánovej šálky vhodnej veľkosti. Vodným lúčom je vyrezaný otvor cez podšálku a šálku a následne sú nainštalované elektrické diely svetla. Dizajnový návrh a jedinečné riešenie s použitím reálneho šáľkového setu a nie napodobeniny sme vyrábali do siete hypermarketov pre sekciu kávy na Dánsky trh.

37



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
DROGERIE, KOSMETIKA



**POPAI
AWARDS**



41



VENUS - GLOBUS

Zadavatel projektu: Procter&Gamble
Příhlašovatel: DEKOR, spol. s r.o.
Použití exponátu: síť hypermarketů Globus ČR (15 prodejen)

Charakteristika exponátu: Originální řešení pro zviditelnění prémiových produktů dámského holení Venus, orientaci zákazníka v sortimentu a v neposlední řadě edukaci o benefitech jednotlivých produktových řad.

Cílem úsilí marketingových i designových specialistů bylo tentokrát zviditelnit celý segment, zvláště dámské a pánské holení.

Prvním benefitem instalace je zlepšení zákaznické orientace v prodejním prostoru sítě Globus. Dalším prvkem zlepšujícím orientaci již v rámci dotčeného segmentu je modulární lištový systém vymezující jednotlivé doplňkové kategorie produktů jako gely, pěny atd.

Velkou výzvou tohoto projektu bylo vytvoření systému Touch&Feel jednotek, umožňujících zákazníkovi "osahat" si jednotlivé holicí strojky a zároveň zajistit uživatelskou bezpečnost i ochranu před odcizením. Prémiové varianty strojků jsou navíc umístěny na prosvícených plastových jednotkách (plexisklo + HPS). Každá z nich je také opatřena edukačním popisem výhod daného typu strojků. Jejich břity jsou opatřeny speciální laminací proti pořezání. Strojky jsou přitom spojeny s T&F jednotkami pomocí pull-boxů na imbusový zámek.

High-lightem celé instalace je otočná a osvětlená VIP zóna, která má za úkol upoutat zákaznickou pozornost k nejprémiovějšímu produktu dané kategorie - Gillette Proshield a Venus Swirl.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
PÉČE O ZDRAVÍ



POPAI
AWARDS



T & F UNIT ORAL - B

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

Přihlašovatel: Dago, s.r.o.

Autor: Dago Team

Materiál: Lakovaná MDF, LED, PMMA

Použití exponátu: Hypermarkety

Charakteristika exponátu: Prezentační jednotka s aktivní nabídkou vybraného portfolia elektrických kartáčků Oral - B s jasnou komunikací benefitů. Umístění v prodejnách se spotřební elektronikou.

44



55

DISPLAY KENWOOD

Zadavatel: DēLonghi Group

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

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

Materiály: Kartáčovaný dibond s UV tiskem + 3D logo "KENWOOD", plast

Použití exponátu: Síť elektroprodejen napříč Českou a Slovenskou republikou, série 200 ks

Charakteristika exponátu: Vytvoření designového displaye ve verzi pro dva a tři kuchyňské roboty značky Kenwood s prezentací nástavců. Klient kladl důraz na preciznost zpracování, která bude odrážet kvalitu jeho kuchyňských robotů. Na omezené ploše bylo zapotřebí vymyslet jak odprezentovat 3 kuchyňské roboty, včetně jejich příslušenství. Byla tedy zvolena kombinace reálného příslušenství, které si zákazník může osahat, doplněná o grafické znázornění dalších možností robota s popisky.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
PET FOOD



POPAI
AWARDS



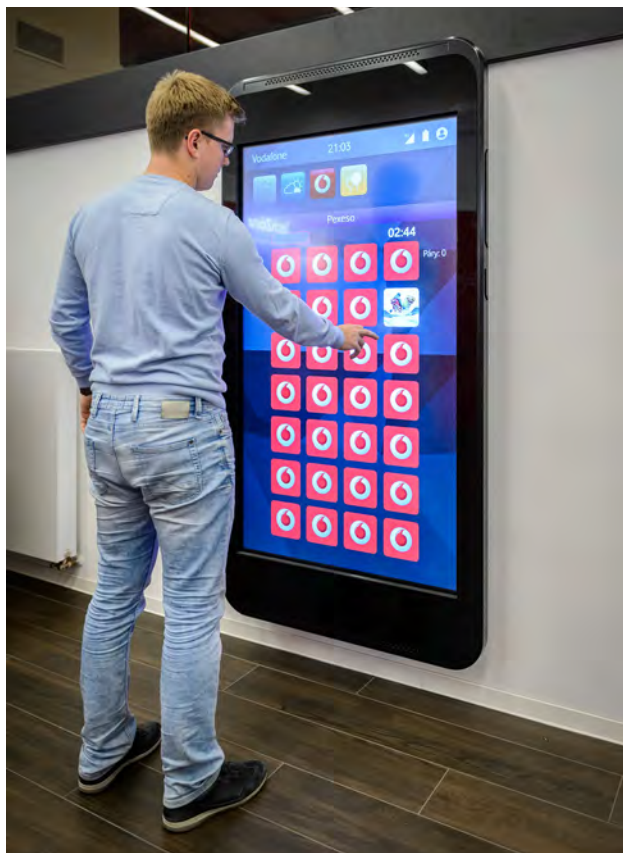
56



REGÁLOVÝ MODUL WHISKAS

- Zadavatel:** Mars Czech, s.r.o.
Příhlašovatel: Dago, s.r.o.
Autor: Dago Team
Materiál: Lakovaná MDF, diody, lano, plast
Použití exponátu: Hypermarkety

Charakteristika exponátu: Obliba domácích mazlíčků je v České republice skutečně vysoká, stejně tak jako ochota jejich majitelů dopřávat jim jen to nejlepší. A skutečně něco výjimečného se majitelům koček rozhodl dopřát tým DAGO v prostředí retailu, a to skrze netradiční regálový modul. Premiové vystavení je plné krásných detailů, od laminových desek, které jsou nalakovány do barev produktu a následně s výrobky samotnými tvoří skutečně příjemný a jednotný dojem, až po navázané reálné lano, které dodává vystavení kočičí hravost a zvědavost. Vše je doplněno výrazným provedením loga brandu ve 3D a typické Whiskas hrdinky v nadživotní velikosti. Samozřejmostí je kompletní osvětlení celého modulu. To vše vytváří velmi celistvou a nadčasovou POP prezentaci značky.



58

INTERAKTIVNÍ TELEFON

- Zadavatel:** Vodafone Czech Republic a. s.
Příhlašovatel: WELLEN a. s.
Autor: WELLEN a. s.
Materiály: frézovaná lakovaná MDF deska s plexi čelem,
na míru řešené kovové uchycení ke zdi

Použití exponátu: Vodafone prodejna, Václavské náměstí, Praha - od 08/2017

Charakteristika exponátu: V prodejně Vodafone na Václavském náměstí neočekávají zákazníci jen běžný servis a prodej. Mnozí z nich jsou cizinci nebo návštěvníci hlavního města, kteří hledají informace. Možnost přístupu na internet nebo do Vodafone samoobsluhy a další interaktivní obsah jim nabízí netradiční touchpoint. Dotykový panel je zakrytován jako telefon, což skvěle ladí s nabídkou prodejny. Nejen, že jako smartphone vypadá, ale nabízí také mnoho podobných funkcí včetně her.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
ELEKTRONIKA, IT PRODUKTY



POPAI
AWARDS



PLAYTABLE ORAL - B

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

Příhlašovatel: Dago, s.r.o.

Autor: Dago Team

Materiál: Lakovaná MDF, LED, PMMA, LTD

Použití exponátu: Hypermarkety

Charakteristika exponátu: Produktový prodejní stojan s aktivní prezentací elektrických zubních kartáčků Oral - B s jasnou komunikací benefitů. Zároveň poskytující dostatečný prostor pro zásobu nabízených produktů. Umístění ve vybraných Globusech v elektro sekci.

65



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
**TEXTIL, SPORT, OBUV,
OSOBNÍ POTŘEBY A PŘÍSLUŠENSTVÍ**



**POPAI
AWARDS**

70

PODLAHOVÝ STOJAN KOUPELNA

Zadavatel: ALBI Česká republika a.s.
Přihlašovatel: HORMA - P.O.P. Displays
Autor: HORMA - P.O.P. Displays
Materiály: kov, dřevo
Použití exponátu: interiérový prodej

Charakteristika exponátu: Neobyčejný stojan na obyčejný produkt? Vytvořit originální stojan na tak běžnou věc, jako je osuška, není snadné. Jelikož máme výzvy rádi, pustili jsme se do návrhu jedinečného stojanu inspirovaného útulnou koupelnou. Unikátní konstrukční systém a prémiové materiály dělají z tohoto stojanu opravdového prodejce skvělých osušek značky Albi.





HOTEL HOFFMAISTER

Zadavatel:	AG Geronimo s.r.o.
Přihlašovatel:	Rex spol. s r.o.
Autor:	Rex spol. s r.o.
Materiál:	sklo, nerez, Alu profily, Alu plechy, LED moduly, LED bodová světla optiky



Charakteristika exponátu: Naše společnost REX byla v květnu letošního roku požádána agenturou Geronimo o výrobu označení luxusního Hotelu Hoffmeister. Označení se skládá ze dvou bočních nápisů a je vyrobeno v provedení 3D písmen s LED podsvícením. V rámci tohoto projektu následně společnost REX zajistila označení vstupu. Byla navržena jednoduchá skleněná markýza, která je doplněna světelnými panely, zavěšenými na skle. Oba panely jsou vyrobeny s oboustranně frézovaným logem hotelu. Tato loga jsou prosvícena. Ve skle pak vznikají zajímavé odrazy těchto log. Ze spodní strany jsou panely vybaveny LED bodovými světly osvětlujícími hlavní vstup do hotelu.



PŘESTAVBA NÁPOJOVÉHO CENTRA TERNO HRADEC KRÁLOVÉ

Zadavatel:	Plzeňský Prazdroj, a. s.
Příhlašovatel:	Plzeňský Prazdroj, a. s.
Autor:	Ing. Martin Janíček (SÁRA, s. r. o.)
Materiály:	Dřevo, plast, osvětlení, kov

Použití exponátu: Cílem projektu je zpříjemnit nakupujícím prostředí v pивní sekci, pozvat je ke vstupu do ní a usnadnit orientaci při samotném výběru z regálu. Čím rychleji a lépe se nakupující orientuje, tím větší je jeho spokojenost i velikost nákupu. Nakupující identifikovali nevyhovující stav nákupního prostředí celé nápojové sekce. Plzeňský Prazdroj se ujal vývoje prostředí nového. Cílem tedy bylo: zatraktivnění celého nápojového centra pro zákazníky, instalace navigací, kompletní analýza sortimentu a jeho optimalizace.

Charakteristika exponátu: Úkolem projektu bylo navrhnout kompletní přeměnu vstupu do NC, upravit dispoziční regálů, navrhnout přesunutí prodejní plochy sudového piva, vytvoření prostoru pro velký chladicí box (lednici) na sudová piva a přesun produktových lednic. Dále součástí řešení bylo navržení prodejních částí regálů včetně navigace (zastínění vrchních boxů a osvětlení boxů, kde jsou vystaveny výrobky) a komplexní úprava osvětlení. Použití pomalu tlumeného osvětlení, které osvětluje pouze uličky a směřuje pozornost zákazníků k daným výrobkům (horní skladovací boxy/regály zůstávají v šeru a neodvádí pozornost). Aby nebyly příliš vidět boční příhradové nosníky, boky byly opatřeny částečně transparentním, mléčným plastem. Regály byly osazeny zářivkami. Ke vstupu do nápojového centra lákají nově navržené tři prémiové gondoly pro značky Pilsner Urquell, Birell a Matonni. Gondolami se nám daří vytvářet danou sekci prémiovější, vizuálně zajímavou, zvyšovat znalost a hodnotu našich značek i značek konkurence.



VANA SOMERSBY

Zadavatel: JEFF Zürich GmbH

Přihlašovatel: Authentica, s.r.o.

Autor: Frontwork AG, Authentica, s.r.o.

Materiály: odlévaná litinová vana: nástřík akrylátové barvy, logo samolepicí plotrovaná fólie, čalouněné sedačky, rám: hliníkové profily, vsazená LED světla, oboustranná komunikace - potištěný textilní transparent s kedrem, umělý travní koberec

Použití exponátu: společenské eventy, zahradní párty

Charakteristika exponátu: Nezáleží na tom, zda je vidět na sociálních sítích nebo na eventu. Vana ve stylu Somersby prostě přitahuje pozornost, která této značce svědčí.

Starou smaltovanou vanu jsme pro tento účel opravili skutečně s láskou, dali jí nový lesk a šmrnc. V zadní části vany jsme vyřizli otvor pro vstup. Můžete se tedy pohodlně usadit do kožených sedaček a užívat si tuto specifickou jarní náladu, dokreslenou umělým mechovým trávníkem.

Dnes vana s dominantním logem Somersby, zlatými retro nožičkami a zlatým přepadem zve návštěvníky na chlazený drink například na open air eventech nebo dnech otevřených dveří na mnoha místech ve Švýcarsku.

Naše realizace pro značku Somersby zaujala však také návštěvníky i odbornou porotu na veletrhu Viscom v německém Düsseldorfu. Authentica zde získala zlatou trofej v kategorii prototyp za výborné pojetí emocionalizace značky Somersby.

88

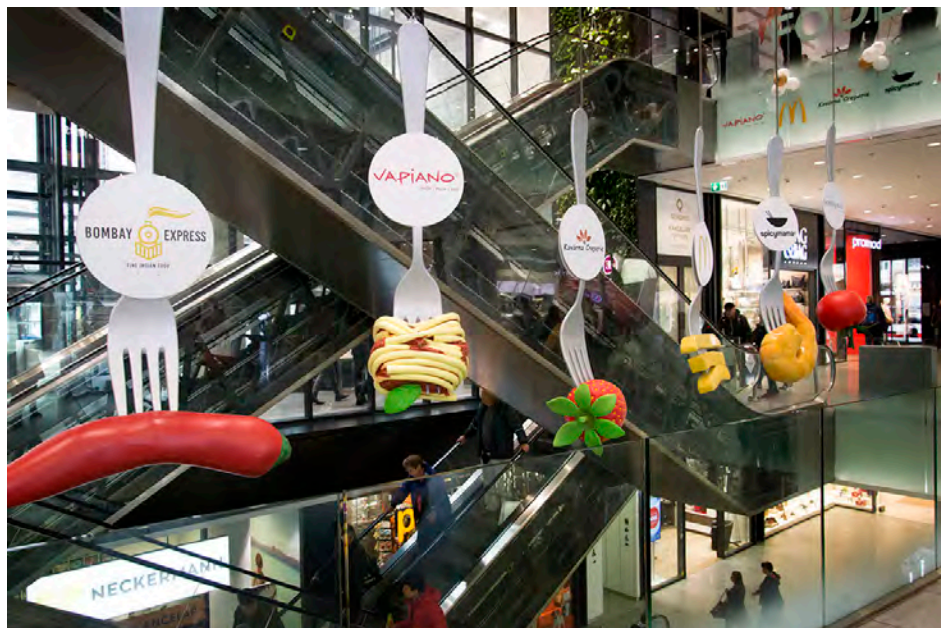


DESIGNOVÁ TROFEJ MERCEDÉS-BENZ

91

- Zadavatel:** Mercedes-Benz Česká republika s.r.o.
- Příhlašovatel:** SPEED PRESS Plus a.s. - reklamní a dárkové předměty
- Autor:** COMTECH CAN s.r.o. a SPEED PRESS Plus a.s
- Materiály:** ochromovaná slitina zinku, dřevo potažené protekční folií proti poškrábání, elektroplátované kovové části, kartonová krabička 600 g s Eva pěnou
- Použití exponátu:** Prestižní dárek pro zákazníky v direct mailové kampani.

Charakteristika exponátu: Po úspěchu trofeje ve tvaru loga Mercedes-Benz z roku 2015 se tato společnost rozhodla obdarovat své zákazníky trofejí v designu inspirovaném Newtonovou houpačkou. Dárek je balen v luxusní krabičce a obdarovaní jsou navíc zapojeni "do hry" tím, že si trofej sami velmi snadno sestaví. Společnost přímo komunikuje své logo jasně adekvátním a prestižním dárkem. Použité materiály korespondují s účelem tohoto dárku - je použita pochromovaná slitina zinku, dřevo potažené protekční folií proti poškrábání, elektroplátované kovové části a 5 kuliček s laserem různých tříd Mercedesu na každé z nich. Mercedes-Benz hvězda je umístěna na jedné straně dřevěného podstavce, který je opatřen potiskem loga. Rozměry houpačky jsou 13,5 x 10,6 x 12 cm, dřevěný podstavec má rozměr 12 x 10 cm. Dodáváno rozložené v dárkové ploché kartonové krabičce 600 g s Eva pěnou, a to včetně návodu na složení. Balení je uzpůsobené pro direct mailové zasílání.



MECHANICKÁ POHYBLIVÁ INSTALACE

95

- Zadavatel:** Czech Property Investments a. s.
- Příhlašovatel:** WELLEN a. s.
- Autor:** WELLEN a. s.
- Materiály:** kov, broušený polystyrén, forex, polepy, mechanické části
- Použití exponátu:** výtahový void OC Quadrio od 09/17

Charakteristika exponátu: První kinetický obří závěsný systém použitý v retailu v ČR. Nepřetržitý pohyb výborně přitahuje pozornost kolemjdoucích a udržuje zrak ve směru pohybu. Závěsné objekty volně neuspořádaně projíždějí nahoru a dolů na závěsech, dají se vyměnit za jiné objekty, a celé zařízení je tak dlouhodobě a opakovatelně využitelné pro komunikaci. V první vlně byly zvoleny motivy vidliček s jídlem, které odkazují k nově otevřenému food levelu. Instalace se stala populárním pozadím pro selfie a pro sdílení na sociálních sítích.



99

VODNÍ DŮM

Zadavatel: ZO ČSOP Vlašim

Přihlašovatel: MORIS design s.r.o.

Autor: AND architektonický atelier

Materiály: Přírodní: beton, voda, kámen, dřevo, nerezová ocel, sklo

Použití exponátu: Návštěvnické středisko Vodní dům - interaktivní expozice o významu vody a nutnosti její ochrany

Charakteristika exponátu: Formou moderní interaktivní expozice si vyzkoušíte výrobu mraků, otestujete energii ukrytou ve vodě. Můžete stavět kaskády, pozorovat živočichy a mikroorganismy žijící ve vodách České republiky. Budete poslouchat zvuky pod hladinou, můžete sledovat několik desítek ryb přímo v jejich přirozeném prostředí. Do expozice se vchází dramaticky nasvíceným tunelem o průměru 2,6 m. Jedná se o přesnou kopii funkčního štolového přivaděče pitné vody do Prahy. Sekce vodní mikrosvět zobrazuje tisíckrát větší exponáty, které se ladně vznášejí v prostoru. Vše dokreslují precizní makrofotografie vodních živočichů. Především malí návštěvníci ocení interaktivní expozice s mikroskopy, mušlemi, vodní pumpou, tekoucí vodou nebo výrobnou mraků. Vodní bar návštěvníky nejen osvěží, ale hlavně demonstruje, že každá voda má jinou chuť. Centrální část expozice zavede návštěvníky pod vodní hladinu. Strop se zde stal hladinou vody, jeho hra světla a stínů násobí zážitek pod vodou. Všechny exteriérové exponáty jsou zpracovány z nerezové oceli, a jejich použití je velmi intuitivní a bezpečné. Venkovní expozici zapuštěnou do terénu umocňují Gabionové zdi. Celý komplex dokonale splyvá s okolní krajinou. K tomu přispívá i střecha pokrytá zelení. Koncepte Vodního domu domořňuje neustále rozšiřovat jeho využití, např. populárně-vědecké přednášky či naučná stezka v areálu. Pro zajímavost: originál vstupního tunelu vede z vodárenské nádrže Švihov na řece Želivce až do Prahy. Svoji délkou 52 km zaujímá 6. místo nejdelších přivaděčů celosvětově.



INTEGROVANÁ IN-STORE ŘEŠENÍ INTEGROVANÉ IN-STORE KAMPANĚ



POPAI
AWARDS



105

PROMĚNA NÁPOJOVÉHO CENTRA TERNO HK

Zadavatel: Plzeňský prazdroj a.s. / Karlovarské minerální vody, a. s. / JEDNOTA, spotřební družstvo České Budějovice

Příhlašovatel: SÁRA s.r.o.

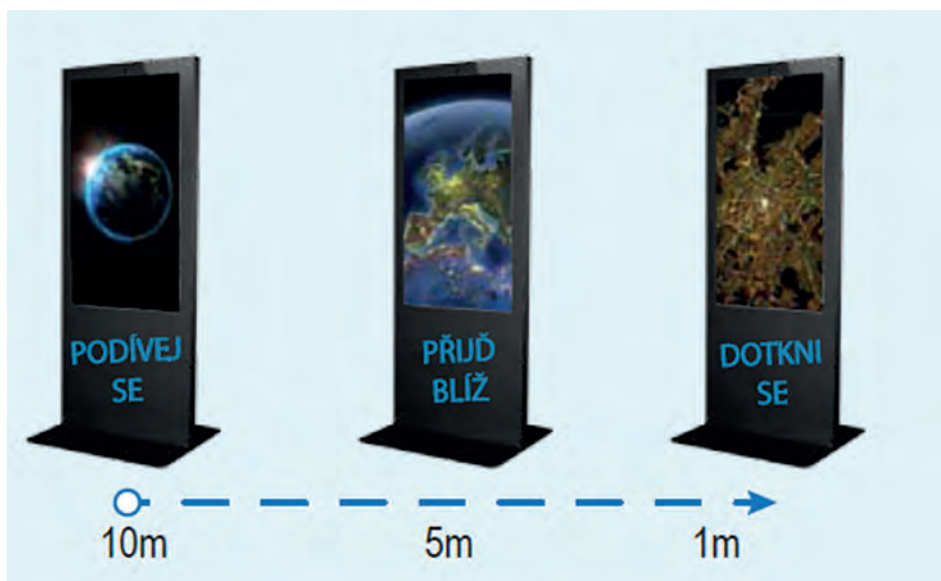
Autor: SÁRA s.r.o.

Cíl a pozadí projektu: Cílem projektu je zlepšení a zatraktivnění prostředí a funkčnosti nápojového centra (NC). Lepší propojitelnost nápojového centra s vlastním obchodem: integrace "Vstupu" do NC. Zatraktivnění prostředí a potlačení vzhledu průmyslového velkoskladu (původní prostor sloužil jako skladovací prostory a na zákazníka nepůsobí pozitivně a nemotivuje k nákupu). Zlepšit osvětlení, přidat barevnost, více komunikovat podporující konzumaci nápojových kategorií, přidání emočního prvku / podmětu. Zajištění lepší orientace zákazníka v nápojovém centru (pivo, limo, voda).

Strategické řešení: Zvýraznit vstupní prostory do nápojového centra a prostor nasvětlit pro eliminaci světelného zlomu mezi NC a zbytkem prodejny. Eliminovat průmyslový vzhled vysokých skladových kovových regálů a připodobnit jejich spodní, prodejní část zvyklostem regálů prodejních; kovové regály osadit orientačními informacemi, soustředit a označit prodejní místo prodeje sudů a začlenit chladirenský box do řady regálů.

Kreativní řešení: Vzhled vstupu do NC povýšit designovými prémiovými stojany značek Pilsner Urquell, Birell a Mattoni a nad samotnými vstupními prostory instalovat ustupující závěsné lamely. Spolu s novým nasvětlením celého prostoru tato proměna vstupní části má zákazníkovi pocitově usnadnit vstup do NC. Opláštění kovových regálů OSB deskami s označením sekce spolu s instalací stoprů usnadní zákazníkovi orientaci v celém NC. Sudovou sekci přesunout z hůře dostupné zadní části blíže k bočnímu vchodu do NC s cílem usnadnit a zrychlit nákup pro velkooběratele. Tato operace si vyžádá přesun některých regálových uliček. Pro zatraktivnění regálů použít na jejich bocích bannery. Zářivkové osvětlení nahradit novým LEDkovým - s menším, ale silnějším vyzařovacím úhlem, které více osvětlí spodní, prodejní část spolu s podlahou a vytvoří světelnou hranici mezi vrchním, skladovým patrem regálů.

Výsledky projektu: Před samotnou instalací projektu byla vytvořena vzorová ulička, na základě níž se posoudila zdařilost kreativního řešení. To se ukázalo nosné, jen vyzařovací úhel LED nasvícení byl kvůli orientaci při naskladňování zboží rozšířen. Realizace byla spuštěna ve dvou po měsíci po sobě jdoucích etapách. Výsledek projektu byl všemi subjekty hodnocen jako zdařilý.



KIOSEK S KAMEROU + INTERAKTIVNÍ OBSAH

108

Přihlašovatel: Samsung Czech and Slovak, s.r.o.

Autor: BSS Praha

Charakteristika exponátu: Kiosk standardně přehrává reklamní obsah. Po přiblížení zákazníka na předdefinovanou vzdálenost se obsah může změnit (například zákazníka vyzvat, aby se displeje dotknul) a následně se plocha změní v interaktivní dotykový kiosk, na kterém je možné vyhledat informaci (informace o zboží, výběr z katalogu, automatická objednávka atd.).

Díky face recognition je možné rovněž sledovat a vyhodnocovat, kolik osob konkrétního pohlaví a věku se na displej podívalo za dané období a na základě zjištěných informací upravovat obsah pro konkrétní cílové skupiny.