



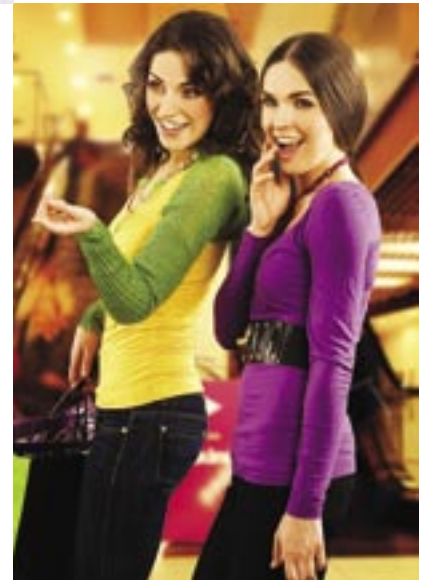
**POP**  **PAI**  
THE GLOBAL ASSOCIATION FOR MARKETING AT RETAIL  
**CENTRAL EUROPE**



Průvodce oborem  
marketing-at retail

2012

Guide through  
the marketing at-retail industry





## Marketing at-retail POPAI show 2012

**22. 11. 2012 • Hotel Praha, Sušická 20, Praha 6 - Dejvice**

Středoevropská kancelář POPAI pořádá další ročník mezinárodní odborné akce, jejíž součástí je konferenční program, soutěž o nejlepší komunikační prostředky v prodejních místech a gala večer s předáním cen vítězům soutěže.

marketing  
at-retail  
**POP**AI  
forum

## Marketing at-retail POPAI forum 2012

**Místo prodeje jako perspektivní komunikační kanál**

**Konference o současných výzvách a potenciálu místa prodeje**

- Jak optimálně využít aktuálních trendů a vývoje v in-store,
- Konkrétní cesty a řešení pro vyšší úspěšnost projektů v místech komunikace se zákazníky.
- Případové studie o efektivních aplikacích v prodejních místech z našeho i zahraničního trhu.
- Nové technologie v in-store pro vyšší interaktivitu se zákazníkem.

**POP**AI  
CENTRAL  
EUROPE  
AWARDS

## POP AI AWARDS 2012

Soutěž o nejlepší prostředky komunikace a reklamy v prodejních místech je přehlídkou novinek v oblasti nástrojů in-store komunikace, nových in-store technologií a dalších podpůrných propagačních nástrojů. Soutěž probíhá za podpory světové asociace POPAI a pod odbornou garancí POPAI France, která je organizátorem celoevropské soutěže POPAI Paris AWARDS.



## POP AI STUDENT AWARD 2012

Soutěž o nejlepší studentský design POP materiálu dle zadaného briefu od konkrétních partnerů - zadavatelů reklamy.

## Gala večer

Slavnostní vyhlášení výsledků soutěže  
POP AI AWARDS 2012 a POP AI STUDENT AWARD 2012

Degustace vín • Bohatá tombola • Raut, hudba

Kontakty a informace

**POP AI CE**

Daniela Krofiánová  
dkrofianova@popai.cz  
tel.: +420 775 989 853

Marcela Pazourková  
mpazourkova@popai.cz  
tel.: +420 608 257 701

**www.popai.cz**

Cílem této brožury, kterou vydává asociace POPAI CENTRAL EUROPE, je přiblížit odborné veřejnosti obor marketingu v prodejních místech (marketing at-retail), jeho současný význam i směry jeho vývoje. Tento materiál rovněž obsahuje seznam předních společností oboru, sdružených pod hlavičkou POPAI CE, které jsou uznávány jako seriózní a důvěryhodní profesionálové reprezentující standard kvality oboru.

The purpose of this brochure published by POPAI CENTRAL EUROPE is to approach the professional public to the marketing at-retail industry and to specify its current importance and its development trends. The brochure introduces also a range of leading specialist companies associated under the POPAI CE country office which are recognized as serious and credible experts representing the quality standards of the profession.

GENERÁLNÍ  
PARTNER

**Freeboard**

Feel FREE to show up!

HLAVNÍ  
PARTNER

**w**wellen

PARTNEŘI

**authentic**a<sup>®</sup>  
POP & POS SOLUTIONS

**DAGO**

**REDA**<sup>®</sup>

**Reklama**  
POLYGRAF

**HOTEL PRAHA**  
PRAHA

SPONZOR

**MORIS**  
DESIGN

HLAVNÍ MEDIÁLNÍ PARTNER

MEDIÁLNÍ PARTNEŘI

**ZBOŽÍ & PRODEJ**

**TOVAR & PREDAJ**

**Vyber**

**MMP**ORTAL.CZ  
PORTAL PŘÁTEL MARKETINGU A MEDIÍ

**Dmarketing.CZ**  
Magazín digitálního marketingu

abcreklama.sk

**místo**  
prodeje

**Brands**  
& Stories

**výber**



## OBSAH

Marketing at-retail jako významná součást marketingové komunikace	4
POP reklama je perspektivním komunikačním kanálem	6
Jak udržet hodnotu tradiční značky ve složité ekonomické době O marketingu na prodejní ploše z pohledu značkového výrobce	9
Co říkají zkušenosti s projekty digital signage?	12
POP AI AWARDS - nejlepší projekty pro místo prodeje	15
POP AI STUDENT AWARD soutěž pro budoucí generaci odborníků v oboru marketing at-retail	20
O POP AI	23
Významné projekty POP AI CE	24
Adresář členů POP AI CENTRAL EUROPE	26

### Vážení marketingoví odborníci,

asociace POPAI CE pro vás připravila nové vydání úspěšné publikace „Průvodce oborem marketing at-retail“, která každoročně přináší aktuální informace o současném vývoji v oblasti marketingové komunikace v prodejních místech. Publikace zároveň představuje nejdůležitější projekty, kterými asociace POPAI významně přispívá k podpoře místa prodeje – plnohodnotného média v komunikačním mixu.

Přestože v současnosti čteme o krizi, poklesu sledovanosti a důvěry u různých medií, reklama v místě prodeje patří dle průzkumu České marketingové společnosti a Factum Invenio k těm formám komunikace, jejichž význam a důvěra v ně roste. To potvrdil i nedávný průzkum POPAI CE, který analyzoval současné postoje zadavatelů reklamy k prostředkům in-store komunikace a zjišťoval, jak zadavatelé využívají jednotlivé formy komunikace v místě prodeje ve srovnání s jinými typy reklamy. In-store reklama byla zadavateli vyhodnocena jako zásadní a perspektivní komunikační kanál mezi všemi medií (následována TV reklamou, PR, letáky a Internetem). Pozitivní vnímání POP ze strany zadavatelů reklamy dokazuje dle výsledků průzkumu i nárůst investic do produkce in-store prostředků v celkovém rozpočtu zadavatelů.

Rostoucí zájem odborné veřejnosti o nové strategie v místě prodeje vyvolává potřebu dalších sofistikovaných nástrojů a aktivit, které povedou k hlubšímu porozumění aktuálních postojů a chování všech spotřebitelských skupin, k efektivnímu využití prodejního prostoru, který zákazníkům poskytne ještě kvalitnější nákupní zážitek.

V souladu s novými fenomény ve sféře marketingové komunikace projekty POPAI CE a jejich členských společností výrazně napomáhají tomuto pozitivnímu vývoji celého oboru.

Asociace POPAI CE, která vstupuje již do dvanáctého roku své činnosti, se za dobu svého působení stala uznávanou odbornou institucí na poli marketingu a komunikace v místě prodeje, a to díky bohatému celoročnímu programu akcí a projektů, zvyšování povědomí o důležitosti oboru marketing at-retail a díky stálému zájmu odborné veřejnosti o členství a spolupráci s POPAI.

Poděkování patří členům asociace, partnerům a dalším spolupracujícím subjektům, kteří svým dílem přispívají k úspěchu asociace.

**Rada POPAI CE**

### Dear Marketing Professionals,

POPAI CE association prepared new issue of successful publication „Marketing at retail Guide“.

As traditionally, it brings up to date information regarding current development at in store communication. Publication also introduces most important projects, which thanks to POPAI contribute to support in store marketing as fully-valued part of communication mix.

Although we hear about recession, regress in ratings and trust in several media types lately,

Point of Sale advertising is, according to Czech Marketing Association (ČMS) and Factum Invenio, increasingly important and trustworthy tool. This result was also confirmed by POPAI CE research specialized in current attitudes by advertising spenders for in store communication, where usage of POS and other media types was analysed. In store advertising was evaluated by Advertisers as crucial and perspective communication channel amongst other media types (followed by TV advertising, PR, leaflets and online). Positive perception of POP was evidenced in research by investment growth at in store production.

Increasing interest by Professionals in new retail strategies generate need of advanced tools and activities that will lead to understanding shopper's attitude and behaviour, so that retail space is used effectively and offers customer even more superior shopping experience.

According to marketing communication trends, projects by POPAI CE and its members are huge help in positive development of the segment.

POPAI CE, celebrating its 12th year of existence, became acknowledged expert in marketing and in store communication field thanks to activities and projects all year round, by building awareness and importance of marketing at retail, stable interest of public in membership and cooperation with the association.

Acknowledgments belong to members, partners and other cooperative subjects, that participate on association achievements.

**POP AI CE Board**



## Marketing at-retail jako významná součást marketingové komunikace

### K čemu slouží marketing v místě prodeje?

- Zvýrazňuje osobitost a jedinečnost značky.
- Zvýrazňuje specifičnost obchodní společnosti.
- Cíleně zvyšuje prodeje v rozhodujícím okamžiku nákupu.
- Podporuje návštěvnost prodejny a věrnost zákazníků prostřednictvím optimálního uspořádání prodejní plochy a prostor pro atraktivní prezentaci výrobků a služeb.



### Jaké in-store marketingové nástroje jsou využívány?

- Vizuální merchandising
- Reklama v prodejních místech
- Více smyslový marketing
- Digitální média v in-store
- Architektonické řešení a vybavení prodejen

### Jak významná je role marketingu v místě prodeje?

- Všechny realizované průzkumy dokazují, že bez ohledu na výši reklamních investic je více než 50% nákupních rozhodnutí realizováno v místě prodeje (74% nákupních rozhodnutí ve velkoplošných prodejnách).
- Prodejna, obchodní společnost komunikují svou identitu a osobitost zákazníkům prostřednictvím prodejního prostředí, úrovní prodejních prostor a různých prodejních aktivit.
- Značka komunikuje se zákazníky prostřednictvím designů různých informačních, reklamních a prezentačních prostředků, které jsou aplikovány v prodejních místech.

### Jaký je vývoj v oblasti komunikace v prodejních místech?

Rozvoj v oblasti komunikace v prodejních místech považují marketingoví odborníci za výrazný a velmi rychlý. V průběhu několika let došlo k rychlé přeměně z klasického POP (reklama v místě prodeje) na komunikaci v místě prodeje a poté na „marketing at- retail“. Od komunikace v prodejnách ve formě POP nosičů pro zviditelnění nabídky jsme přešli k multikanalovým strategiím a řešením v návaznosti na nový vývoj v oblasti prodejních kanálů. Místo prodeje a internet se sbíhají, protínají a objevují se strategie „cross-channel“. Tyto strategie zefektivňují prodej díky synergii různých prodejních kanálů, které se navzájem svými aktivitami podporují.

## Marketing at-retail - an important part of the marketing communication

### What is the marketing at-retail for?

- To affirm the personality of a brand
- To affirm the personality of a retail establishment
- To increase and direct the sales at the decisive moment of the purchase
- To increase visits to the outlet and gain customer loyalty by optimal management of the retail space and an attractive presentation environment for products and services.



### What are the marketing resources used?

- Visual Merchandising
- Point-of-Purchase Advertising
- Multi - Sensory marketing
- In- store digital media
- Retail Architecture and Retail Fixtures

### Does it have an important role to play?

- All objective surveys prove that irrespective of the amount invested in advertising upstream, over 50% of purchasing decisions are made at the point of sale (74% of purchasing decisions in mass market retailing).
- A retail outlet or chain conveys its personality to customers through its purchase environment and the quality of its retail spaces and sales drives.
- A brand conveys its personality through the design of the various advertising, information and presentation media that it uses at the point of purchase.

### What is the development of the marketing at-retail industry?

According to marketing professionals development in retail communication is significant and fast growing. Within few years, the classic POP advertising was transformed into communication at point of sale and then to marketing at-retail strategy. We moved from communicating in form of POP tools for improvement of product visibility to multi-channel strategies and solutions in response to new developments in the area of sales channels. The point of sale and Internet are converting, crossing each other and new “cross-channel” strategies are emerging. These strategies increase the sales efficiency thanks to the synergy between various sales channels which support each other through their activities.



# POP reklama je perspektivním komunikačním kanálem

POP AI CE dlouhodobě monitoruje názory a postoje zadavatelů k prostředkům in-store komunikace s cílem pochopit a popsat vnímání POP aplikací skupinou zadavatelů reklamy, kteří POP aktivně nasazují. Výstupy z tohoto longitudinálního průzkumu jsou významným vodítkem pro efektivnější spolupráci výrobců a dodavatelů POP se zadavateli v místě prodeje včetně meziročních srovnání výsledků šetření, která umožňují sledovat vývoj postojů zadavatelů k in-store komunikaci.

Na konferenci Marketing at-retail POP AI forum 2011 byly představeny výsledky nového ročníku tohoto průzkumu, který proběhl ve spolupráci s agenturou OMD a za partnerské podpory asociace AČRA. Šetření bylo realizováno formou on-line kvantitativního dotazování CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) s využitím nástroje Snapshots.

Průzkumu se zúčastnilo téměř 80 společností, které patří mezi top zadavatele v oblasti marketingové komunikace. Vzorek respondentů zahrnoval zástupce z oblasti rychloobrátkového zboží, ale také ze sektoru elektroniky, oblečení, obuvi, farmaceutických výrobků, hobby produktů, finančních produktů a služeb, automobilového trhu a dalších. Průzkum zjišťoval, jak zadavatelé vnímají pozici POP jako komunikačního kanálu ve srovnání s jinými mediaty a jak hodnotí i využívají jednotlivé formy podpory prodeje v maloobchodní distribuční síti. Projekt se rovněž zabýval otázkou investic do POP reklamy, identifikací faktorů, které přispívají k rozhodnutí o zařazení POP média do komplexních kampaní, roli výrobců POP a agentur při realizaci in-store projektů a postojem zadavatelů k vyhodnocování efektivity POP.

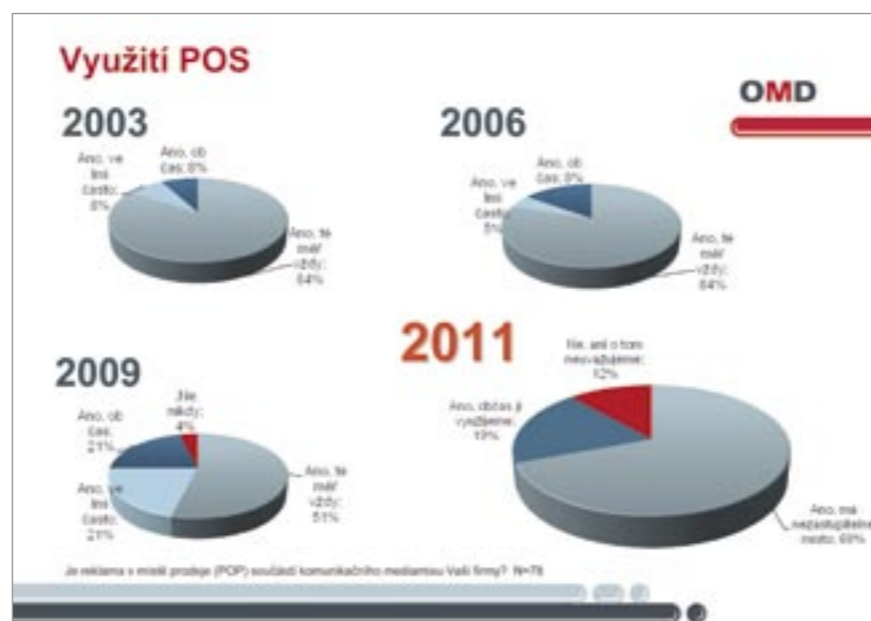
## Do jaké míry jsou in-store prostředky nasazovány?

Průzkum ukázal, že reklama v místě prodeje je v současnosti součástí komunikačního mediamixu pro 88% dotázaných. Pro 69% respondentů má tato reklama nezastupitelné místo a využívají ji pravidelně. 19% tazaných ji využívá občas.

Nicméně průzkum odhalil vznik kategorie zadavatelů, kteří in-store komunikaci vůbec nevyužívají. V roce 2009 se jednalo o 4% zadavatelů, v roce

2011 dokonce o 12%. Tento trend lze vysvětlit tím, že některé společnosti pro sebe v posledních letech zvolily nevhodnější mediaty a některé mediaty byly tudíž eliminovány. Omezené nasazování komunikačních prostředků v místě prodeje některými firmami je dle zadavatelů dáno také technickými restrikcemi řetězců a vysokými poplatky za jejich umístění.

**Důležitost komunikačních kanálů**  
Zadavatelé reklamy vnímají POP reklamu jako zásadní a perspektivní

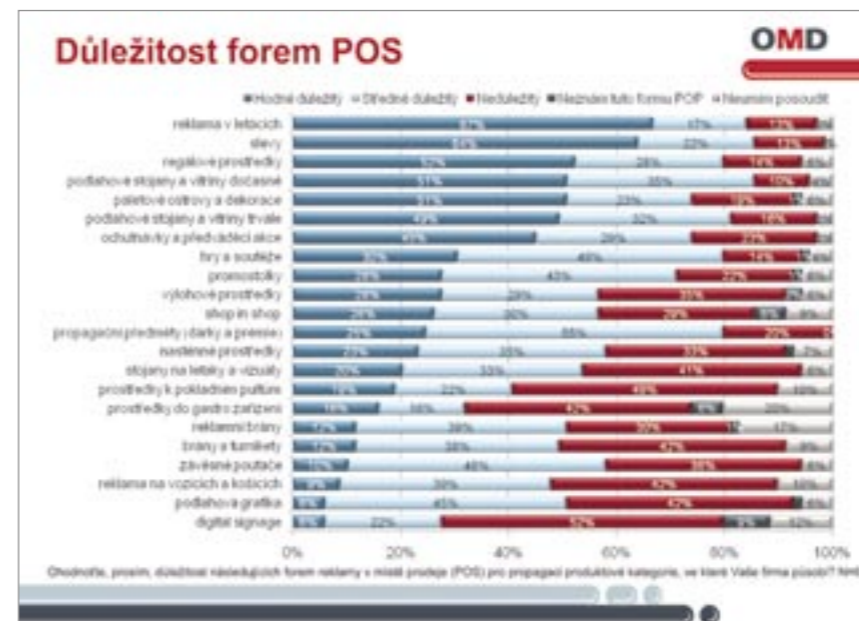


kanál pro podporu prodeje ve srovnání s ostatními mediaty. Jako další důležité komunikační formy zadavatelé uvádějí televizi, PR aktivity, letáky a internet. Z hlediska jednotlivých produktových kategorií mají dle respondentů POP prostředky nezastupitelné místo u celé řady kategorií. Jedná se zejména o rychloobrátkové zboží, elektroniku, oblečení a obuv, sportovní zboží, tabákové výrobky, pet food,

farmaceutické výrobky... Naopak nejméně o využití POP uvažují zadavatelé v kategoriích hobby produktů a v automobilovém průmyslu.

## Používání různých forem POP komunikace a jejich vnímaná účinnost

Jako nejdůležitější formu reklamy v místě prodeje pro propagaci dané produktové kategorie zadavatelé vní-



mají především aktivity v místě prodeje (letáky, slevové akce) a dále regálové a podlahové POP prostředky.

Menší vnímaná důležitost projektů digitální komunikace je dána malou zkušeností s tímto nástrojem a také skutečností, že na našem trhu je v místě prodeje dosud málo funkčních systémů, a proto nemohou být zadavateli významněji využívány.

Vedle důležitosti byla posuzována i efektivita in-store nástrojů. Za neefektivnější považují zadavatelé letákové akce, soutěže a získání dárku, následně jsou to opět regálové a podlahové POP prostředky.

Stále více zadavatelů si uvědomuje významnost měření efektivity POP kampaní. Zatímco v roce 2009 považovalo měření efektivity za zcela důležité 32% dotázaných, v letošním roce je to již 57% dotázaných. Přestože firmy vnímají možnost vyhodnocování efektivity POP stále pozitivněji, ve skutečnosti časem nenarůstá reálné měření efektivity in-store kampaní. 13% zadavatelů o měření neuvažuje, 7% zadavatelů v minulosti efektivitu vyhodnocovalo, ale nyní již tak nečiní, 45% efektivitu neměří, ale uvažuje o tom a pouze 35% se efektivitou skutečně zabývá. Tyto výsledky vypovídají o současné situaci v oblasti rozpočtů, kdy dochází ke krácení celkových rozpočtů firem, a tudíž není dostatek prostředků ani na marketingový výzkum, tzn. ani na měření efektivity in-store kampaní.

## Význam POP v marketingovém rozpočtu zadavatelů

Z výsledků průzkumu vyplynul pozitivní trend v oblasti investic do in-store komunikace, kdy v roce 2011 došlo k významnému nárůstu podílu investic do in-store v celkovém rozpočtu zadavatelů na marketingovou komunikaci, a to ve srovnání s před-



chozím obdobím. V roce 2009 investovali zadavatelé do in-store reklamy 25,2%, v roce 2006 to bylo 25,9%, v roce 2003 pouze 17,5%, ale v roce 2011 investice do in-store reklamy činí 31%. Z těchto údajů lze usuzovat, že u společností, které tuto formu reklamy využívají, stoupá její význam a důvěra v ní, což dokazuje nárůst investic mezi sledovanými obdobími.

Zadavatelé by zařadili větší podíl POP do komunikačního rozpočtu zejména pro prokazatelný efekt POP na jejich značku. K dalším důvodům pro širší zapojení POP patří podle zadavatelů snížení nákladů na kampaně, dobře vyargumentovaná strategie komunikace v místě prodeje, veřejné studie, které dokazují účinnost reklamy v místě prodeje v jejich produktové kategorii a vznik nových netradičních POP komunikačních formátů.

V rámci rozpočtu, který byl určen pro investice do různých in-store formátů, investovali zadavatelé nejvíce do různých aktivit v místě prodeje, jako jsou ochutnávky, letáky, slevy, dárky apod. (29%), do podlahových POP

prostředků (24%) a do regálových POP (16%).

#### Rozhodovací vliv na POP reklamu

Průzkum se také zabýval otázkou rozhodovacích pravomocí v rámci organizační struktury zadavatelů. Výzkum potvrdil skutečnost, že rozhodování o alokaci investic probíhá na straně marketingového oddělení zadavatele reklamy, kde o nasazení POP reklamy nejčastěji rozhodují Brand Manager nebo Marketing Manager a dále Sales Manager. Zároveň narůstá význam Trade Marketing Managera. Agentury plní spíše exekuční funkci.

Velmi výrazným trendem je průběžný růst vlivu TOP managementu na investice do in-store reklamy, kdy v roce 2011 rozhodují na úrovni 40% (v roce 2009 17%). To je dáno zvyšujícími se investicemi do této formy reklamy a logický zájem top managementu o efektivitu těchto investic. Tento vliv, resp. trend nicméně může negativně ovlivňovat kampaně samotné, pokud fundované návrhy marketérů jsou korigovány často ryze ekonomicky zaměřeným top managementem.

#### Spolupráce s přímými výrobci POP

90% dotazovaných zadavatelů využilo v minulosti či využívá služeb přímého výrobce POP. Impulsem pro takovou spolupráci jsou především dodací lhůty, kvalita technického zpracování, nižší cena a flexibilita. Naopak hlavními nedostatky ze strany přímých výrobců POP je nedostatečná flexibilita a kreativita. Kreativitou je v tomto kontextu míněno propojování celkových komunikačních kampaní až do místa prodeje, v čemž jsou dle zadavatelů silnější agentury.

Při jednání se specializovanými reklamními agenturami o výrobě reklamy v místě prodeje zadavatelé oceňují zejména komplexnost přístupu a zkušenosti agentur, hlavními nevýhodami v tomto směru jsou pro ně vysoká cena, příliš zdoluhavý proces realizace POP projektů, a také by uvítali vyšší míru flexibility.

*Daniela Krofiánová  
Daniel Jesenský*

### POP advertising is perspective communication channel

POP/ AI CE monitors attitude towards instore communication from advertising spender's point of view on long term basis, to understand the approach of those who actively use POP. Research answers to how important is instore communication for producers, how much they invest in it, what is the dimension of each media types and POP materials usage, and what are the results for instore compared to other media communication forms. Simultaneously, results are compared each year.

Research findings are important guidelines for effective cooperation between producers and suppliers of POP materials with advertising spenders.

New research results were presented at end of 2011 to approximately 80 advertising spenders across interesting market segments. Project was held with cooperation of OMD agency and demonstrated, that POP advertising is part of communication mix for 88% of the interviewed.

For 69% of producers, instore advertising is crucial and they use it regularly. According to responder's declaration, companies would like to invest in POP more than they currently do. Effective level of investment for instore marketing is up to 33% of budgets, by their opinion.

## Jak udržet hodnotu tradiční značky ve složité ekonomické době

### O marketingu na prodejní ploše z pohledu značkového výrobce

#### Současná pozice značkových výrobců v místě prodeje není jednoduchá.

„Na tradiční značky v oblasti rychlobrátkového zboží je vytvářen tlak, který způsobuje cenová válka, rostoucí význam privátních značek, konkurence diskontních řetězců vůči klasickým řetězcům, spotřebitelské trendy. Spotřebitelé jsou vedeni k tomu, aby zkoušeli nové výrobky, byli otevřenější novým podnětům. Zároveň jsou skeptičtější a nedůvěřivější vůči slibům výrobců zboží,“ uvádí k pozici značkových výrobců Richard Krejčí, generální ředitel Bolton Czechia.

Již dávno neplatí tvrzení, že pouze značkový výrobek může být kvalitní. Za dobré dnes mohou být považovány i vybrané privátní značky a také výrobky těch menších firem, které se na kvalitu soustředí jako na svoji prioritu.

Zvyšuje se jakost obalového materiálu. V současnosti není problém zabalit jakýkoliv výrobek (tedy nikoliv pouze značkový) do atraktivního obalu a podnět vyslaný obalem nemusí vždy korespondovat s obsahem.

V důsledku Evropské unie bez hranic stále stoupá počet značkových výrobků na trhu. Vznikají střední a menší výrobci, kteří jsou schopni na současný saturovaný trh přicházet s novými značkami.

Proto, aby značky uspěly, musí zvyšovat frekvenci obměny variant. Životnost některých z nich je dnes velmi krátká. Řetězce v České republice soustředí soubor o spotřebitele zejména na soubor o cenu a cenová válka se přiosťruje už řadu let.

#### Dnešní strategie značkových výrobců

Světoví značkoví výrobci v rámci strategie »Brand Focus« omezují počet značek, aby mohli koncentrovat prostředky na podporu těch značek, které mají největší potenciál růstu.

Firmy se snaží budovat globální nebo alespoň regionální značky. Globalizace má i svá negativa, kdy v důsledku unifikace a standardizace velké firmy nemohou příliš brát ohled na specifické spotřebitelské návyky v jednotlivých oblastech a výrobky tak jsou po celé Evropě ve stejných variantách, příchutích a vůních.

Centrály firem stále více určují svým pobočkám v jednotlivých zemích nejenom to, jak má značka vypadat, jak se má tvářit, ale i to, jakým způsobem ji implementovat na trhu. Tímto způsobem se pracovníci marketingu a trade marketingu dostávají do pozice exekutorů strategie, která vznikla mimo region, za který jsou zodpovědní.

TV reklama stále zůstává hlavním nástrojem pro budování značky, avšak dochází k výraznému nárůstu investic do jiných kanálů, do trade marketingových aktivit včetně komunikace na prodejních.

#### V maloobchodě přežijí nejsilnější značky

Private labels částečně přebírají roli tradičních značek. Mezinárodní řetězce mají až tři úrovně značek: původní privátní značky, které jsou levné a většinou nižší kvality, střední třídu značek a prémiové privátní značky, které někdy řetězce naceňují výše, než jsou ceny klasických značek.

Vzhledem k tomu, že privátní značky hrají významnou roli a kromě toho se také zvyšuje počet specialit (tzv. Niche segmenty), v rámci jednotlivých kategorií je čím dál tím větší konkurence. Lze předpokládat, že v budoucnu budou na regálech řetězců v jednotlivých segmentech jedna až tři nejsilnější značky, privátní značka a specialita, která odliší řetězec od ostatních a naláká spotřebitele.

Značkový výrobek je především u diskontních řetězců používán maloobchodníkem často jako benchmark pro jeho vlastní levnou značku. Jeho důležitým úkolem tedy je, aby posloužil pro spotřebitele jako důkaz toho, že levnější maloobchodní značka je podobná dražšímu značkovému výrobku.

Cena výrobku je pro většinu manažerů v maloobchodě důležitější než značka a šíře sortimentu.

Plocha prodejny je nabízena značkovým výrobcům ke komunikaci se spotřebitelem, ale současně roste počet omezení ze strany maloobchodu z hlediska barevnosti, designu, rozměrů komunikačních prostředků atd.

Řetězce používají specializované firmy, které vyjednávají umístění in-store materiálů v prodejních.



### Změny v oblasti podpory značek

Světová finanční a ekonomická krize, za jejíž start se považuje bankrot investiční banky Lehman Brothers v září 2008, způsobila významné změny v oblasti podpory značek.

Strategie a plán podpory značek byly dříve pro celý rok předem interně projednány a odsouhlaseny vrcholovým managementem. Plán pevně rozděloval prostředky na podporu značek do oblastí ATL a BTL, revize a aktualizace plánu byly prováděny dvakrát až čtyřikrát ročně.

Svět se v důsledku krize změnil a tato změna se projektovala do strategií firem a firemních rozpočtů.

Firmy si jsou vědomy nejistoty z hlediska růstu. Firemní plány určují celkový budget podpory značek, ale rozdělení prostředků pro komunikaci ATL a BTL je mnohem flexibilnější. Management firmy průběžně vstupuje do operativního rozhodování o využití prostředků tak, aby bylo dosaženo co nejvyšší efektivity. Existuje vysoká (avšak důsledně řízená a kontrolovaná) vnitřní flexibilita firmy ke změnám aktivit v průběhu roku: mohou se tak vytvářet nové aktivity, případně se ruší původní projekty. Velmi často dochází během roku k přesunu prostředků mezi sférou ATL a BTL komunikace.

Výrazně detailněji se plánuje a stále více se analyzuje efektivita vložených prostředků.

Cíle se přesouvají z dlouhodobých strategických cílů do krátkodobých pro rychlé zlepšení ekonomických výsledků. Společnosti se snaží dosáhnout krátkodobé ekonomické stability, a to snížením rozpočtu na podporu značky, přesunem zbývajících částí rozpočtu na podporu aktivit, které motivují k okamžitému nákupu, omezením provozních nákladů; snížením ceny a vyššími investicemi do promocií vybízejí intenzivněji spotřebitele k nákupu.

Hlavním rizikem přílišného zaměření na krátkodobé cíle a na okamžité výsledky je ztráta „kurzu“ značky. Pokud dlouhodobě omezíme systematickou podporu značky a reklamu, dojde k poklesu image značky a návrat na původní pozice značky je mnohem náročnější než úsilí věnované na udržení této pozice.

Většina firem si je vědoma strategických návodů nejrozličnějších odborníků z marketingu, kteří nabádají k investicím do marketingu a k podpoře značek v období krize, většinou však volí opatrnější a zdánlivě méně riskantní cestu úspor reklamních a marketingových nákladů.

Značkám dnes tedy hrozí dvojitá nebezpečí: cenová eroze, která značky ničí a krátkodobé strategie firem, které nepřispívají k rozvoji značek.

### Jak implementovat strategii úspor a přitom udržet hodnotu značky?

Jednou z cest je in-store marketing. Je třeba využít prodejní plochy ke komunikaci a budování značky. Je to jedna z alternativ, jak lze alespoň částečně nahradit nadlinkovou reklamu.

Evropské firmy realizují v oblasti in-store komunikace sofistikovaná řešení. Například obchodní řetězce v Holandsku rozvíjejí různé formy spolupráce se značkovými výrobci. V rámci společné in-store koncepce jsou na jednom stojanu nabídnuta kompletní řešení pro večeři, která jsou pravidelně aktualizována. Stojan obsahuje veškeré produkty a ingredience včetně receptů pro rychlý nákup i rychlou přípravu jídla.

Pokud chceme, aby POP materiál nejenom podnítl spotřebitele k nákupu výrobku, ale také komunikoval benefity značky a značku jako takovou, musí se při tvorbě této komunikace interně sladit všechny složky firmy od fáze přípravy až po exekuci. Komunikační vizuál (jednotný vizuální motiv) je použit nejen v prodejně, ale i v různých komunikačních kanálech počínaje obalem výrobku, přes outdoor až k internetu a TV, aby efekt byl co největší.

Prodejna je místem, kam spotřebitel přichází vnitřně naladěný na nákup, je citlivější k informacím o produktech; vnímá značky potravin, drogerie a kosmetiky pozorněji, než když sleduje podobné informace večer v televizi.

Využijme toho nejen k motivaci pro okamžitý nákup, ale také k další komunikaci se spotřebitelem a k budování značky. Je třeba se zaměřit na to, jak lze na spotřebitele působit emočně a jak mu značku prodat jako koncept.

Komunikace musí být jednoduchá, transparentní a jasná. Nejsme na prodejně sami a o spotřebitelovu pozornost bojujeme s desítkami dalších podniků.

### Co hovoří pro tradiční značky?

„Krise není jen negativní, mohla by pročistit trhy; kvalitní značky a silné značky, které mají tradici, přežijí,“ zdůrazňuje Richard Krejčí.

„Dříve se však značka mohla spolehnout na velkou loajalitu zákazníka, zatímco dnes jsou spotřebitelé vychováni k tomu, aby byli otevřenější k podnikům a aby zkoušeli nové věci. Výrobci by měli počítat s tím, že i loajální spotřebitel si v průběhu svého života vyzkouší jiné značky. Je třeba mít připraveny nástroje k tomu, aby značka

dokázala spotřebitele získat zpět. V chaosu, v nejistotách a v přebytku informací lidé potřebují záchytné body. Značky by měly mít ambice být tím, co člověk zná, co ho uklidní a čemu věří.

Všichni zákazníci neřeší jenom cenu. Roste počet lidí, kteří chtějí kvalitu, tradici, dobrý produkt, kteří jsou náročnější. Zajímají se o nové zážitky. Ale cena je stále klíčová až pro 70% populace,“ uzavírá R. Krejčí.

*Zpracováno dle přednášky Richarda Krejčího, generálního ředitele Bolton Czechia na certifikovaném kurzu POPAI CE.*

*Foto: archiv Daniely Krofiánové*

### How to retain the value of traditional brand in complicated economic era

Retail marketing from Brand point of view

Current position for producers in retail is not easy. As stated by Richard Krejčí, General Manager of Bolton Czechia, pressure to traditional FMCG brands evolve from retailers. This causes price wars, growing interest in private labels, rivalry from discount to classic retail chains and shopper trends. Consumers are led to sampling new products and be more opened to new impulsions, however they are more sceptical towards producer promises.

Global economic and financial crisis cause significant changes in brand support. Long term strategies are changing to short term ones to gain fast economic results and stability. Main risk of this strategy is loss of brand direction. In case of restricting long-term systematic support and advertising of the brand, products image will decrease and return to original rank is much more difficult.

So how to implement cost saving strategy and keep the brand value? One of the solutions is instore marketing. The aim is to use shopping space for communication with customers and work on building the brand.

„Economic crisis is not only negative, but can clear the market too. Strong and quality brands with tradition will survive, because price is not important to all customers. Number of people who request quality, tradition and good product are growing. But for 70% of the population, price is still crucial.“, Richard Krejčí stresses out.



## POP

AI CE vytváří databázi reklamních systémů digital signage

POP

AI CE zahájila nový projekt v rámci programu sekce digitální komunikace, kterým je webový portál reklamních systémů digital signage. Cílem portálu je srozumitelnou a jednoduchou formou poskytnout komplexní přehled o fungujících systémech digital signage na našem území a pomoci tak zadavatelům reklamy i dalším subjektům lépe se orientovat ve sféře aktuálních projektů digitální komunikace.

Ucelený seznam reklamních systémů digital signage bude významným informačním nástrojem při práci s digitálními médii v České republice a důležitým vodítkem pro společnosti, které chtějí využít tato média pro svoji prezentaci a pro komunikaci s klienty.

Portál nabízí zároveň příležitost majitelům a provozovatelům digitálních systémů k jejich prezentaci a přispívá k další popularizaci digital signage v oboru marketingové komunikace.

Portál v současnosti již funguje na webových stránkách asociace POP

AI CE v sekci „Databáze reklamních systémů v ČR“. Je postupně doplňován informacemi od jednotlivých majitelů a provozovatelů systémů digital signage.

Databáze obsahuje informace o provozovateli systému, počtu systémů na trhu, popis systémů a jejich konkrétní umístění na trhu z hlediska jednotlivých regionů i typů lokací, údaje o zobrazovačích a o probíhajících kampaních.

Návštěvníci portálu mají možnost vyhledávat podle jednoduchého klíče konkrétní systémy digital signage dle uvedených parametrů, geografického umístění a zároveň mohou navázat komunikaci přímo s provozovatelem systému.

Garantem projektu je členská společnost GLANCE MEDIA, která projekt zajišťuje po technické stránce.

Sekce digitální komunikace POP

AI CE reaguje tímto a dalšími projekty na měnící se situaci na trhu digital signage a hledá nové cesty jak podpořit rozvoj tohoto oboru. V souladu novými trendy bude program sekce zahrnovat představení nových forem digital signage a nových komunikačních médií

Do programu odborných akcí sekce jsou zařazovány konkrétní projekty a případové studie, ukázky fungujících digi produktů u nás i v zahraničí s cílem zvýraznit širokou aplikovatelnost nových médií i v jiných místech, než je pouze oblast in-store.

Daniela Krofiánová

Digitální technologie, jejich současné využití a efektivita obsahu digitálních médií jsou velmi diskutovanými otázkami ve všech sférách aplikace těchto komunikačních nástrojů, a to nejen v zahraničí, ale i na českém trhu.

Toto téma proto nechybí ani v celoročním odborném programu asociace POP

AI CE. Na nedávné konferenci Marketing at-retail POPAI forum 2011 hovořil Aleš Štibinger ze společnosti GAIA GROUP SE o dobrých i špatných zkušenostech s projekty digital signage.

## Co říkají zkušenosti s projekty digital signage?

„Problémy v oblasti projektů digitální komunikace se objevují již ve fázi zadávání projektů pro tato média. Problém spočívá ve způsobu, jak zadavatelé digitální média vnímají,“ zdůraznil Aleš Štibinger.

Na světě totiž neexistuje žádná kategorizace, a proto tato média mají různá označení: Digital media advertising, Digital signage network, In-Store TV network, Out-of-home media network, Digital media network, Advertising network...

Digital signage lze definovat jako síť zobrazovacích zařízení, která je řízena centrálně s možností adresného cílení informací, zábavy, podpory image značky a reklamy.

Při projektovém zadání je nutno rozlišovat, zda je řešena outdoor nebo in-store instalace. Zásadní rozdíl tkví v tom, že v in-storu můžeme využít synergie zvuku a obrazu, což zvyšuje efektivitu celého projektu. Specifikace dle typu obsahu je rovněž klíčová pro úspěšnost projektu, neboť z ní

pak vyplývá rozdílný model provozování a financování projektu: typem obsahu může být smyčka reklamních spotů, multimediální koncept v místě prodeje apod.

Skutečnost, že zadavatelé mají málo zkušeností s digitálními médii, se pak promítá do fáze realizace projektů digital signage. Dochází k nevhodnému umístění zobrazovačů, málo pozornosti je věnováno obsahu digitálních médií, která jsou zaměřena na vytvoření specifické atmosféry, vyvolání emocí v místě prodeje a následně vyšší chuti zákazníků strávit zde více času a více nakoupit.

Je nesmírně důležité, aby obsah byl kvalitní a byla mu poskytována soustavná péče. Zadavatel nesmí podcenit dlouhodobost vytváření obsahu a nesmí se pouze fixovat na technologii.

### Přichází nová generace digitálních médií

Celosvětovým trendem ve sféře digitálních médií jsou vyspělé technologie v in-store, které nabízejí interaktivní komunikaci s nakupujícím.

Jedním z příkladů je interaktivní dotyková vitrina ve zkušebních kabinách prodejen módních značek. Ta umožňuje zákazníkům, které vybírají oblečení, pořizovat fotky sebe sama v různých modelech a využít sociální sítě, ►

pokračování na straně 14



aby fotky přímo ze zkoušecí kabiny poslaly svým známým prostřednictvím e-mailu nebo MMS, zeptaly se jich na názor atd.

Tento zajímavý způsob in-store komunikace představuje propojení digitálního zážitkového média a sociálního shoppingu a potvrzuje narůstající trend nakupování ve spojení s vyspělými technologiemi, které je pro zákazníky velmi zábavné a atraktivní.

K moderním interaktivním nástrojům patří i směrový zvukový systém, který cíleně působí a oslovuje zákazníky v konkrétním místě či oblasti. Směrový zvuk je využíván v dané zóně, jako jsou kiosky, reklamní a informační systémy, displeje atd., aniž by rušil ostatní zákazníky v okolním prostoru.

V oblasti digital signage se objevují další nové fenomény: technologie jsou cenově dostupnější, zadavatelé jsou ochotni se věnovat komplexnějším projektům, mají větší zájem o měření efektivity a získání zpětných vazeb.

### Případové studie úspěšných digitálních in-store projektů

S více než 2300 obchody v 17 zemích je Deichmann Group jeden největších obchodníků s botami v Evropě. Prodává poslední módní kolekce s důrazem na kvalitu a každodenní nošení.

Společnost chtěla ve svých vlajkových obchodech vytvořit multimediální centrum, které by přineslo klientům zábavu i vyšší informovanost. Cílem zadání projektu bylo zvýšit návštěvnost a prodeje ve vlajkových obchodech. Záměrem bylo využít nejnovějších technologií, aby si zákazníci odnesli „wow“ prožitek z nakupování.

Výsledkem projektu byly nainstalované technologie (dotykový displej na výloze, interaktivní portály pro děti, info kiosky) ve třech vlajkových obchodech, které výrazně zaujaly návštěvníky prodejen a vytvořily společně s kvalitním obsahem zamýšlený WOW efekt.

### Digital projects practise

Digital media, its current usage and content effectiveness are highly discussed topic in all application spheres of this communication tools not only abroad but on Czech market too.

This is why the topic was not dismissed in program of the Marketing at-retail POPAI forum conference 2011. Aleš Štibinger from Mood Media Group CZ spoke about good and bad experiences with digital signage projects.

Problems that emerge while realisation of digital signage jobs result from lack of experience. We see unsuitable installation of displays and little interest in digital media content that is specialized in atmosphere creating emotions in store. Quality object matter is highly important, and continuous care should be devoted to it.

New trends in digital signage appear: technology is accessible, advertisers are willing to pay complex attention in projects, they show more interest in efficient measurement and feedback obtaining.



Značka Toni&Guy vznikla v roce 1960, kdy bratři Mascoloové, Toni a Guy otevřeli první kadeřnický salon. Dnes je v UK 251 salónů a 171 mezinárodních. Značka byla oceněna jako „CoolBrand“ a „SuperBrand“ jako jediná ve svém oboru.

Projekt Toni&Guy TV měl za cíl oživit salony Toni&Guy, vytvořit atmosféru jedinečnosti, podtrhnout atributy značky a poskytnout zákazníkům prožitek z návštěvy salónu. Toni&Guy TV musí reflektovat image značky a podporovat ji.

Obsah byl cílený na mladé lidi, kteří mají zájem o bláznivé věci, módu, hudbu, informace, kam jít za zábavou atd. V salónech mají jedinečnou příležitost vyslechnout hity, které dosud nikde nevyšly. Kontinuální program mohou sledovat při čekání i v zrcadle, když je kadeřník stříhá.

Díky exkluzivnímu obsahu, vysoce kvalitnímu zpracování a úzkému propojení s hudební scénou se podařilo dosáhnout očekávaného efektu.

DK

Zpracováno dle prezentace Aleše Štibingera



# POP AI AWARDS

## - nejlepší projekty pro místo prodeje

Jak uspět v místě prodeje díky efektivní komunikaci? Jedinečnou inspirací a přehlídkou novinek v in-store je každoroční expozice soutěže POPAI AWARDS, kterou pořádá asociace POPAI CENTRAL EUROPE. Rok od roku doprovází soutěž rostoucí zájem odborné veřejnosti, kdy stoupá počet exponátů, které soutěží o nejúspěšnější in-store projekty v daném roce, ale také počet účastníků této odborné akce, která nabízí zejména zadavatelům a obchodním společnostem celou škálu inovativních řešení pro místa komunikace se zákazníky.

Do právě uplynulého ročníku soutěže, který proběhl na konci listopadu 2011 v dejvickém Hotelu Praha, bylo zařazeno 68 exponátů. Ty se představily v 17 soutěžních kategoriích.

Novinkou byla například kategorie „Integrované in-store projekty“, ve které se prezentovaly in-store kampaně a jejímž cílem bylo zviditelnit úspěšné projekty spolupráce zadavatelů reklamy a maloobchodu v in-store. V souladu s aktuálním vývojem oboru marketing at-retail byla nově vyhlášena cena pro nejlepší POP z materiálu na bázi papíru.

Soutěž, která byla součástí oborové akce Marketing at-retail POPAI show spolu s konferenčním programem a závěrečným gala večerem, se setkala s vysokým zájmem odborné veřejnosti.

To potvrdil celkový počet návštěvníků akce (více jak 500 zástupců top a středního managementu zadavatelů reklamy, retailu, výrobců POP, reklamních agentur a médií) i účastníci společenského večera, kteří ve zcela zaplněném sále sledovali vyhlášení výsledků POPAI AWARDS 2011.



### Galerie vítězů POPAI AWARDS 2011

#### Úspěch prodejního stojanu Bosch

Vůbec nejúspěšnějším projektem soutěže se stal prodejní stojan Bosch od společnosti STORY DESIGN, a.s., který získal nejen absolutní vítězství v soutěži, ale také cenu za nejlepší materiálovou a technickou inovaci, nejvyšší ocenění za kreativitu a rovněž zvítězil v kategorii „Domácí potřeby, bytové doplňky, hobby“.

Stojan byl vyroben pro francouzskou firmu Bosch Electroménager a slouží pro prezentaci široké produktové řady spotřebičů Styline. „Brief zadavatele byl detailní a velmi dobře se nám jako tvůrcům s ním pracovalo,“ uvedl ke spolupráci s francouzským klientem Jakub Tmej ze společnosti STORY DESIGN.



Konstrukce stojanu je vytvořena z lakovaného plechu. Atraktivnost stojanu zvyšuje využití LED diod k prosvícení loga a rovněž prosvícení skleněných polic do hrany i podsvícení podstavy.

Stojan se ve Francii setkal s velkým úspěchem, kdy byl velmi poptáván prodejci značky Bosch za účelem umístění v prodejních místech. Proto po první objednávce ve výši 150 ks bylo ze strany francouzského klienta objednáno dalších 170 kusů této zdařilé POP aplikace.

**Nejlepší POP z materiálu na bázi papíru Kouzlo jednoduchosti**

Kartonový stojan „Staropramen nefiltrovaný“ od společnosti Authentica s.r.o. byl v soutěži vyhodnocen jako nejlepší POP materiál na bázi papíru. Stojan, který byl vyroben z vlnité lepenky, významně podpořil vizibilitu v pivní sekci při uvádění produktu na trh. Jak zdůraznili tvůrci stojanu, hlavními benefity tohoto projektu je jednoduchý a zároveň velmi zajímavý design stojanu, jakož i jeho rozumná cena. Stojan upoutává pozornost díky efektní kombinaci matu a lesku a také díky využití zajímavého oblého tvaru, který evokuje dřevěný pivní sud. Stojan byl součástí komunikační kampaně v super a hypermarketech, která zahrnovala road show, billboardy, ochutnávky s využitím promostolků ve tvaru sudu. Úspěch stojanu potvrdila pozitivní reakce klienta, pro které bylo vyrobeno celkem 600 ks.

**Kategorie Automobily Multimediální stojan ACI**

Stojan byl vyvinut a následně vyroben společností MORIS design s.r.o. v po-

měrně krátkém čase, během cca 2 týdnů. Použitými materiály pro jeho výrobu jsou ocel, železo, plech a fólie. Stojan je umístěn v recepci sídla společnosti ACI v Praze a slouží k prezentaci zboží a služeb jednoho ze tří největších distributorů náhradních dílů u nás. Design zohledňuje všechny prvky vycházející z logo manuálu společnosti, je nepřehlédnutelný, současně ale velmi úsporný na prostor nevelké recepce.



**Kategorie Nealkoholické nápoje, potraviny Čokoládový stojan Lindt**

Stojan od výrobce DAGO s.r.o. prezentuje nabídku čokoládových výrobků značky Lindt. Stojan, pro jehož výrobu byly použity dibond a digitální tisk na PVC folii, svým designem navazuje na ostatní komunikaci značky a produktů Lindt.

Zajišťuje dobré zviditelnění výrobků a praktický způsob jejich vystavení, který zákazníkovi umožňuje snadno vyndat výrobek ze stojanu.

Tento komunikační prostředek je možné kombinovat s dalšími POP prvky této značky a vytvářet tak shop-in-shop sestavy různých rozměrů.

**Kategorie Alkoholické nápoje, tabák BEER DISPLAY CARLSBERG**

Tato POP realizace od polské společnosti ATS Display Sp. z o. o. je umístěna ve velkoplošných a specializovaných prodejních místech, kde výrazně podporuje nabídku sortimentu piva značky Carlsberg. Kombinace použitých materiálů, kterými jsou kov a dřevo, zdůrazňuje značku, její hodnoty a především a její přirozenost.

**Kategorie Drogerie, kosmetika Display ve tvaru lahve BIODERMA**

Display, jehož autorem je společnost Willson & Brown Czech s.r.o., podporuje prodej produktů řady Bioderma Sensibio H2O a zviditelňuje značku s důrazem na co největší podobnost k produktu. Stojan je upraven tak, aby produkty vydával lékárník. Zadní část je uzavíratelná pomocí dvířek, které jsou uzpůsobeny k oválnému tvaru stojanu. Pro pohodlnější manipulaci s produkty jsou všechny poličky otáčecí a pro lepší zviditelnění je samotný stojan osvětlen ze spodu pomocí zářivky. Čistotný a estetický vzhled stojanu také přímo navazuje na prezentovaný výrobek, kterým je čistící pleťová voda, a zdůrazňuje jeho vlastnosti.

**Kategorie Péče o zdraví Atraktivní prezentace a posílení image značky v prostředí lékáren**

Cílem zadání bylo vytvořit jednoduchý, funkční a přitom atraktivní stojan orientovaný na image společnosti GSK



s kombinovaným prostorem pro prezentaci i uskladnění zboží ve vnitřních prostorách stojanu. Společnost FIGREMA, spol. s r. o. vyrobila tuto in-store aplikaci z lamina, dibondu, plastu a kovu. Stojan splňuje velmi přísné a náročné požadavky na zabezpečení a odvětrání monitoru. Stojan byl průběhu roku 2011 umístěn v lékárnách.



**Kategorie Služby Relax zóna Kooperativa**

Autor tohoto zajímavého projektu je společnost UNIBON, spol. s r.o. ve spolupráci s agenturou Lemonade.

Cílem projektu bylo vytvoření nadstandardní odpočinkové zóny pro klienty Letiště Ruzyně s možností pojištění před odletem. K výrobě interiéru byly použity: molitan, tuhý latex kombinovaný s vnitřní tuhou konstrukcí pro sedák DTD, překližka úrovně kostry, vodící tyč, látka Urban YN 200, nerezové nožičky, světidla Modus a kiosky s tiskárnou.

**Kategorie Elektronika SONY playtables**

Sada playtablů exkluzivně prezentuje řadu prémiových produktů SONY. Projekt byl zadán s cílem inovace komunikace značky Sony jak v místě prodeje, tak i v showroomech. Společnost UNIBON, spol. s r.o. použila pro výrobu těchto komunikačních prostředků LED diody, bezpečností skla, PMMA, Perspex, LTD s vysokým

leskem. Kritériem bylo i sjednocení komunikace všech produktů společnosti Sony. Playtably mají být inovativní a nadčasové.



**Kategorie Textil, sport, obuv, osobní potřeby a příslušenství Prodejní stojan REEBOK Realflex**

Stojan Reebok, který v soutěži představila společnost STORY DESIGN, a.s., je určen k in-store propagaci řady Reebok-realflex a slouží k vystavení u exponátů běžeckých bot. Smyslem této aplikace je poukázat na ohebnost vystavovaného produktu tak, že se produkt ohýbá uvnitř stojanu. V současnosti jsou prodejní stojany umístěny na ruském trhu. Značka Reebok plánuje celoevropskou kampaň, kde budou tyto stojany použity.



**Kategorie Digitální komunikace – realizace v prodejních místech, inovativní materiály, systémy Šlápli jsme do pedálu**

Projekt interaktivní výlohy od agentury Wellen, a.s. byl vytvořen pro společnost Vodafone Česká republika a byl realizován ve dvou lokacích: v Brně a v Praze. Úkolem projektu bylo komunikovat zajímavým a netradičním způsobem zákazníkům skutečnost, že společnost Vodafone posílila na mnoha místech v České republice pokrytí vysokorych-

lostní technologií 3G. Projekt měl za cíl zvýšit návštěvnost mobilních prodejen Vodafone a přiblížit novou technologii spotřebitelům. Za tímto účelem využila agentura originálním způsobem výlohy datových obchodů Vodafone. Prostřednictvím dotykové projekční folie, projektoru a PC byla vytvořena interaktivní výloha, kterou mohli kolemjdoucí ovládat. Součástí projektu byly webové kamery s aplikací, které detekovaly pohyb kolemjdoucích před výlohou. Při přiblížení zákazníka byla spuštěna smyčka, která zákazníka oslovila a zároveň jej informovala, jakým způsobem může interaktivní výlohu využívat. Projekt zahrnoval rovněž databázový systém, který evidoval, kdo přistoupil, dotkl se atd.

Fakt, že Vodafone zásadně zrychlil internet v mobilní síti, ilustruje na obrazovce cyklista, který projíždí městem, kde domy představují internetové stránky. Kolemjdoucí ho mohou pomocí dotyků ovládat a zrychlovat jeho tempo. Při zrychlení se objevují i rychlostně náročnější domy – internetové aplikace (např. YouTube). S vyšší rychlostí se z městského cyklisty stává závodník včetně dresu a kola.

Kromě cyklisty výloha nabídla prezentaci 3D katalogu nejnovějších telefonů, které podporují technologii 3G, SMS bránu zdarma, dvě hry a Google maps. Získaná data v rámci projektu zahrnovala počet návštěvníků prodejny v době umístění interaktivní výlohy, který se zvýšil ve srovnání s obdobím, kdy v prodejně projekt nebyl realizován. Díky získaným údajům bylo možné dále například zjistit, kolik uživatelů hrálo hry, sledovalo nabídku telefonů atd.





**Kategorie Světelná komunikace, orientační a informační systémy**  
**Světelný paletový ostrov Pilsner Urquell**

Univerzální světelný paletový ostrov Pilsner Urquell byl vyroben firmou DAGO s.r.o. s možností jednoduchého rebrandování pro podporu dalších značek zadavatele. Ostrov upoutává svou originalitou, světelnými efekty a atypickým řešením. Nasvícení hlavního panelu je provedeno efektivním a moderním způsobem prostřednictvím LED diod. Ostrov je přístupný ze všech stran a je jednoduše sestavitelný. Svým technickým provedením a originalitou podtrhuje výjimečnost prezentované značky. Paletový ostrov Pilsner Urquell je určen pro slovenské hypermarkety.

**Kategorie Vybavení interiérů obchodů**  
**Realizace interiéru prodejen Fotolab SK**

Designový vývoj měl přijít s návrhem reprezentativní a designové prodejny do luxusního obchodního centra s ohledem na praktičnost, velké plochy pro



uskladnění, vystavení a velkou užitnou hodnotu. Společnost UNiBON, spol. s r.o. použila pro výrobu řadu materiálů, jako jsou truhlářské komponenty LTD + postforming, ocelové rámy, hliníkové profily, skleněné výplně, PMMA kapoty, prosvětlení v kombinaci LED a zářivky. Projekt zahrnuje speciální efekty, a to zpětnou projekci, směrový zvuk a generátor vůní.



**Kategorie Prostředky pro služby podpory prodeje**

**Unikátní promostolek Jihlavanka**

Jedinečný promostolek Jihlavanka od společnosti DAGO s.r.o. slouží k ochutnávkám kávy v hypermarktech a v supermarketech po celé ČR. Přitahuje pozornost zákazníků netradičním tvarem, designem a ojedinělými materiály. Na rozdíl od tradičních plastů byl použit kaučuk, který je lehký, neprodyšný, voděodolný a s delší životností. Chromová konstrukce je doplněna policemi ze dřeva. Součástí promostolku je textilní taška.

**Kategorie Reklamní dárky v místě prodeje**  
**Ballantine's - Whisky Stones**

Úkolem pro agenturu McCoy & Partner bylo zajistit realizaci jarní promotion značky Ballantine's v ČR a SR v obou prodejních kanálech (on-trade/off-trade). Pro tuto kampaň byl zvolen koncept „Whisky Stones“. Získání dárku (Whisky Stones z přírodní žuly) bylo spojeno s nákupem produktu a výherní mechanikou v podnicích. Automaticky byl pak dárek získán při zakoupení láhve přímo v místě prodeje (moderní trh). Motivací k opakovanému nákupu byla i kompletace



všech 3 barevných provedení kamenů. Tento koncept podporuje všechny rysy značky (kvalita provedení, prémiovost, originalita a jedinečnost, vysoká vnímaná hodnota). Agentura nejen splnila zadání, ale zajistila přímo výrobu dárku v ČR včetně zdravotní certifikace a o 40% levněji proti tuzemským i zahraničním dárkovým agenturám. Kampaň měla u spotřebitelů velký ohlas, na který ihned reagovali i prodejci barových doplňků, kteří produkt zalistovali do svých nabídek.



**Kategorie Ostatní (prototypy, vzorky)**  
**Sýrový bochník LEERDAMMER**

Prototyp primárního vystavení sýrů značky LEERDAMMER v kategorii sýrů – chladičící pulty byl vytvořen agenturou McCoy & Partner spol. s r.o. s cílem zviditelnit značku, komunikovat její atributy a kvalitu produktu.

Unikátní zásobník pro expozici balených krájených sýrů odkazuje na kvalitu produktu. Symbolizuje cestu od originálního prvotního produktu k výslednému balenému krájenému

sýru, který neztrácí nic z kvality, kterou prototyp demonstruje svým tvarem a provedením.



**Kategorie Ekologické koncepce**  
**Tričko s límečkem z organické bavlny**

Tričko z 100% organické bavlny, které v soutěži prezentovala společnost Blue Arrow International, s.r.o., zviditelňuje farmaceutický produkt značky Vesicare. Oděvy z organické bavlny jsou jedinečné a mají specifické vlastnosti. Odlišují se vysokou jemností a příjemně se nosí. Na rozdíl od běžných oděvů se vyznačují také absencí jakýchkoliv chemikálií, jsou tedy vhodné pro alergiky. Z tkaniny vyrobené z organické bavlny nepronikají žádné toxické látky do pokožky, ta může díky čistotě a jemnosti materiálu lépe dýchat, a proto i pro zdravé lidi je oblíbená takových oděvů vynikající prevencí před alergickými onemocněními. Tričko Vesicare je určeno pro lékaře.

**Kategorie**

**Integrované in-store projekty**

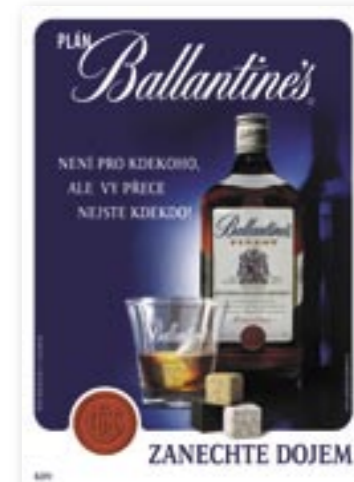
**Integrovaná kampaň Ballantine's**

Úkolem agentury McCoy & Partner spol. s r.o. bylo realizovat jarní kampaň 2011 pro celosvětově oceňovanou skotskou whisky Ballantine's, která probíhala na českém a slovenském trhu v obou prodejních kanálech: on-trade (podniky, bary a restaurační zařízení) a off-trade kanál (moderní a tradiční trh, řetězce). Obě místa prodeje byla propojena komunikací a dárkem. Kampaň se zaměřila na zvýšení vnímání značky, „překvapení“ spotřebitele v místě prodeje formou prémiového a originálního dárku a představení značky jako kreativní a inovativní u cílové skupiny: muži „40-55“ let. Pro kampaň byla zvolena komunikace „NENÍ PRO KDEKOHO, ALE VY PŘECI NEJSTE KDEKDO!“ V podnicích byla kampaň komunikována speciálními POS materiály, které sloužily ke zvýšení visibility v místě prodeje a komunikovaly dárkovou mechaniku. Pro řetězce byl navržen speciální nosič dárku na hrdlo láhve. Tento „neck-hanger“ sloužil současně jako komunikace v rámci produktového vystavení na regálech.

O impuls k nákupu se postaral dárek v podobě Whisky Stones, kterými jsou malé kostky vyrobené z přírodní žuly. Tyto kameny díky svým tepelným vlastnostem představují ideální chladič medíum. Vydrží nápoj chladit déle než běžné kostky ledu, zbytečně ho neředí a doslova naplní známé podávání whisky „on the rocks“. Spotřebi-

telé měli možnost tento dárek získat k nákupu značky Ballantine's Finest na kanálech on-trade a off-trade. Pro opakovaný nákup byl spotřebitel vyzván formou kompletace sbírky 3 barevných variant ze série Whisky Stones. Pro žulové kostky byly získány veškeré zdravotní atesty pro jejich použití.

Realizované řešení mělo velký WOM efekt mezi spotřebiteli, kteří se dožadují zaslání sady Whisky Stones či jejího zakoupení. V rámci celé kampaně bylo distribuováno více jak 50 000 kusů Whisky Stones mezi spotřebitele. Kampaň splnila veškeré komunikační cíle a předčila ty obchodní. Veškerý podpořený objem značky (= cílový objem prodaného zboží) byl vyprodán během první poloviny kampaně. Whisky Stones byly pro svůj úspěch zařazeny do nabídky specializovaných prodejců whisky a gastro doplňků.



Daniela Krofiánová



**POP AI POPAI AWARDS - best instore projects**

CENTRAL EUROPE AWARDS

Unique inspiration and instore trends show is annual exposition of POPAI AWARDS competition organised by POPAI CENTRAL EUROPE association.

Each year higher interest of public experts and number of exhibits who compete for best instore realisation emerge. Also number of attendants (mainly advertising spenders

and trading companies) of this event, which brings innovative instore communication solutions with customers, grows.

The event was held at the end of November 2011 in Hotel Praha and included 68 exhibits, which competed in 17 categories. Past year was, compared to previous ones, richer in number of exhibits and categories point of view. Brand new category was "Integrated instore projects" which aimed for most successful instore projects with cooperation of producers and retail chains.



# POP AI STUDENT AWARD

## soutěž pro budoucí generaci odborníků v oboru marketing at retail



Soutěž POP AI STUDENT AWARD patří již šestým rokem k zajímavým projektům POP AI, které rozvíjejí spolupráci se studenty a zástupci středních a vysokých škol se specializací na marketingovou podlinkovou komunikaci v České republice a na Slovensku. V soutěži se rovněž objevily i práce polských studentů.

Studenti prezentují v soutěži návrhy POP materiálů, které vytvářejí dle zadaného briefu od konkrétních partnerů - zadavatelů reklamy.

POP AI STUDENT AWARD je součástí dlouhodobého programu asociace, jehož cílem je podporovat budoucí generaci odborníků oboru marketing at-retail.



V závěru loňského roku vyhlásila POP AI CE výsledky soutěže POP AI STUDENT AWARD 2011 během gala večera POP AI AWARDS dne 22.11. 2011 v Hotelu Praha, na kterém převzali vítězové jednotlivých kategorií ocenění z rukou zástupců partnerů soutěže.

**Partnery tohoto ročníku soutěže byly společnosti Budějovický Budvar, Coca-Cola HBC Česká republika, EUROPASTA a Soare sekt.**



**Coca-Cola HBC Česká republika**

Zadáním společnosti Budějovický Budvar bylo navrhnout podlahový stojan (display) pro nealkoholické pivo Budweiser Budvar ve formátu 0,5l plech, který bude využit ve větších

obchodních řetězcích (hypermarkety, supermarkety) a na čerpacích stanicích. Cílem projektu bylo mimo jiné podpořit impulsní nákupy nealkoholického piva Budweiser Budvar v plechu, posílit povědomí o tomto produktu a u cílové skupiny budovat dlouhodobý emoční vztah ke značce.

Na základě hodnocení odborné poroty zvítězila v kategorii „Design POP materiálu dle briefu společnosti Budějovický Budvar“ práce „Podlahový stojan a POP produkt pro nealkoholické pivo Budweiser Budvar“ Milana Marka z UTB ve Zlíně.

Požadavkem společnosti Coca-Cola bylo vytvořit vhodnou POP aplikaci pro produkty 3 Coke = Coca-Cola, Coca-Cola zero a Coca-Cola light. POP by mělo zajistit zajímavé vystavení / prezentaci uvedených produktů k jídlu s cílem



Na základě hodnocení odborné poroty zvítězila v kategorii „Design POP materiálu dle briefu společnosti Budějovický Budvar“ práce „Podlahový stojan a POP produkt pro nealkoholické pivo Budweiser Budvar“ Milana Marka z UTB ve Zlíně.



Vítězem v kategorii „Design POP materiálu dle briefu společnosti Europasta“ se stal Michal Hladík z UTB se svým návrhem „Adriana POP stojan“.



Jako nejlepší v kategorii „Design POP materiálu dle briefu společnosti Coca-Cola HBC Česká republika“ byl vyhodnocen návrh „Coca-Cola - Holky, co tě osvěží“, jehož autorem je Ondřej Kolísek z Ostravské univerzity.

Na prvním místě se v kategorii „Design POP materiálu dle briefu společnosti Soare sekt“ umístila pod názvem „Prodejní stojan na Soare sekt Elegance“ práce Petry Žďárské z UTB.





navýšit prodej těchto nápojů k menu. Jedná se o zviditelnění produktů Coca Cola v segmentu ON PREMISE - Hořca, Fast Food.

Jako nejlepší v kategorii „Design POP materiálu dle briefu společnosti Coca-Cola HBC Česká republika“ byl vyhodnocen návrh „Coca-Cola - Holky, co tě osvěží“, jehož autorem je Ondřej Kolísek z Ostravské univerzity.

Brief společnosti EUROPASTA SE se týkal podpory nového positioningu značky ADRIANA. Cílem zadání byl návrh imageového stojanu pro tuto značku, který primárně podporuje novou komunikační strategii značky s ohledem na zdravý životní styl a sekundárně pak je využíván při zavádění nových produktů a prezentaci produktů v rámci cross promotion.

Vítězem v kategorii „Design POP materiálu dle briefu společnosti Europasta“ se stal Michal Hladík z UTB se svým návrhem „Adriana POP stojan“.

Společnost Soare sekt zdůraznila, že navrhovaný prodejní stojan je určen převážně pro prodejny s květinami s možností použití v sítích čerpacích stanic při prodeji květin. Cílem POP je upozornit v místě prodeje na možnost zakoupení francouzského sektu Soare sekt Elegance ke kytici květin a vytvořit emotivní spojení sektu a květiny. Značka Soare Elegance je ve spojení s květinou dokonalým dárkem pro výjimečné chvíle plné emocí a očekávání.

Na prvním místě se v kategorii „Design POP materiálu dle briefu společnosti Soare sekt“ umístila pod názvem „Prodejní stojan na Soare sekt Elegance“ práce Petry Žďárské z UTB.

**K projektu soutěže uvádí Jana Kubištová, Chief Marketing Officer společnosti Budějovický Budvar:**

„Bylo nám ctí stát se jedním ze zadavatelů a podporovatelů soutěže a byli bychom rádi, pokud by se rozrostla i o další vedlejší kategorie – například u nás dlouhodobě

nedocenený obalový design. Akce dává výjimečnou možnost setkávání akademické sféry s praxí a reálným byznysem, setkávají se tu různé generace s různými názory na úlohu a možnosti designu v oblasti podpory prodeje, neotřelé vidění světa in-storu očima studentů s realitou „ohoblovanými“, řadou praktických zkušeností, zvyklostí či realizačních klíšé mnohdy zbytečně umírněnými počiny profesionálů. Fascinuje mě, jak sebejistě někdy vystupují velmi průměrné práce profesionálů, a přitom mnohdy ani zdaleka nedosahují kvality některých studentských řešení, zejména co se týče inovativnosti, vzhledu do jádra značky či ochoty experimentovat. Myslím, že je velká škoda, že studenti nemají možnost více pracovat v reálném prostředí na reálných projektech a nabourávat statiku oboru. Věřím, že zavedeným designérským studiím by taková konfrontace prospěla stejně jako studentům, o majitelích značek (výrobci zboží, které je propagováno) nemluvě. Mám radost, že v ČR vyrůstá nová generace schopných designérů s citem pro značky i prostředí maloobchodu, které je pro komunikaci značek vždy těžkým oříškem.“

## POP AI STUDENT AWARD 2012

POP AI CENTRAL EUROPE vyhlásila šestý ročník soutěže POP AI STUDENT AWARD.

Partnery POP AI STUDENT AWARD 2012 jsou společnosti:

*Budweiser  
Budvar*



Daniela Krofiánová

## POP AI STUDENT AWARD

### - competition for future generation of experts in marketing at retail

POP AI STUDENT AWARD is an interesting project of POP AI association established 6 years ago. It is dedicated to cooperation with High School and University students specialised in BTL marketing communication in Czech and Slovak Republic. However, work from Polish students was also presented in past.

Students come up with ideas for POP materials created according to brief from partner clients. Supporters of this year's event where companies - Budějovický Budvar, Coca-Cola HBC Česká republika, EUROPASTA and Soare sekt.

POP AI CENTRAL EUROPE je střeoevropskou pobočkou světové asociace POP AI, reprezentuje obor marketingu v místech prodeje (marketing at-retail) a pracuje pro profesionály, kterých se tento obor dotýká.

Posláním POP AI CENTRAL EUROPE je vytvořit komunikační platformu pro výrobce a dodavatele komunikačních prostředků v in - store, digitálních médií, zadavatele reklamy, reklamní agentury a zástupce maloobchodu, neustále je vzdělávat, realizovat průzkumy, poskytovat a zpřístupňovat pro ně informace, organizovat odborné akce a diskuzní setkání a budovat tak dobré vztahy v in-store marketingové komunikaci, podporovat kulturu a další rozvoj oboru marketing at-retail.

Světová POP AI má dlouholetou tradici. Byla založena již v roce 1936 v USA a v roce 1988 vznikly první pobočky POP AI v Evropě. V současnosti představuje mezinárodní síť POP AI více než 1.700 členských společností ze 45 zemí světa.

POP AI CENTRAL EUROPE vznikla v roce 2001 jako první oficiální zastoupení POP AI pro střední a východní Evropu. Za dobu svého působení se POP AI CE stala úspěšně fungující oborovou asociací s rozsáhlým programem aktivit, kterými podporuje rozvoj podlinkové marketingové komunikace.

V rámci POP AI CENTRAL EUROPE funguje několik pracovních skupin, z nichž každá je zaměřena na určitý okruh činností asociace: medializace POP AI a jejich členů, popularizace oboru marketing at-retail, průzkumy efektivity nástrojů marketingové komunikace a analýzy POP trhu, kontinuální vzdělávací program pro rozšíření znalostí v oboru in-store komunikace a in-store marketingu, program Klubu zadavatelů, sekce pro digitální a multi-mediální komunikaci atd.

POP AI CENTRAL EUROPE is the Central European branch of the international association POP AI. It represents the marketing at-retail sector and works for professionals who are affected by this sector.

POP AI CENTRAL EUROPE's mission is to create a communication platform for producers and suppliers of communication mediums in in-store, digital media, advertisers, advertising agencies and retail representatives, and to continually educate them, conduct research and surveys, provide and make information accessible to them, organise professional events and discussion meetings, thereby building strong relationships with in-store marketing communication, supporting culture and further development in the marketing at-retail sector.

International POP AI has years of tradition. It was already established in 1936 in the USA and in 1988, the first branches were established in Europe. At present, the international POP AI network is represented by more than 1.700 member associations in more than 45 countries around the world.

POP AI CENTRAL EUROPE was established in 2001 as the first official POP AI branch for Central and Eastern Europe. Since its existence, POP AI CE has become a successful operating sector association with an extensive programme of activities, whereby business marketing communication is supported.

Several groups operate within the scope of POP AI CENTRAL EUROPE, of which each is focussed on a certain area of the association's operations: promotion of POP AI and its members in the media, popularisation of the marketing at-retail sector, research on the effectiveness of marketing communication tools and analyses of the POP market, the continual education programme for expanding knowledge and skills in in-store communication and in-store marketing, the Advertisers Club programme, a section for digital and multimedia communication etc.



## ■ Významné projekty POPAI CE

### Vzdělávací program - Univerzita POPAI

Kontinuální vzdělávací program POPAI CE je určen pro různé kategorie subjektů, které působí v oblasti in-store komunikace a in-store marketingu, tzn. pro výrobce a dodavatele POP prostředků, zástupce značek, maloobchodu, reklamních i průzkumových agentur. Vzdělávací program zahrnuje odborné semináře v ČR i na Slovensku, certifikovaný kurs o POP, workshopy a jeho součástí je rovněž konference Marketing-at retail POPAI forum.

### Průzkumy efektivity nástrojů marketingové komunikace a analýza POP trhu

POPAI CE realizuje a koordinuje průzkumové projekty, které analyzují nákupní chování a zkoumají účinnost různých marketingových komunikačních nástrojů, jako jsou například průzkumy měření efektivity POP, průzkum spontánního vnímání a reakce veřejnosti na jednotlivé typy POP, průzkum „POP Advertising Display Power“, měření efektivity digitálních médií, analýza současného trhu s dárkovými a propagačními předměty, průzkum postojů zadavatelů reklamy k POP jako oboru, analýza využitelnosti typů POP v řetězcích atd.

### POPAI AWARDS

Soutěž POPAI CE AWARDS o nejlepší prostředky komunikace a reklamy v prodejních místech nabízí výrobcům POP prostředků příležitost zviditelnit pro širokou odbornou veřejnost nejlepší realizace své roční tvorby v rámci soutěžní expozice i v rámci mediální kampaně. Patří mezi vrcholné události oboru marketing at-retail: prezentuje nejnovější prostředky in-store komunikace, systémy podpory prodeje a další podpůrné propagační nástroje.

### Konference Marketing at-retail POPAI forum

Program konference se zabývá aktuálními výzvami a novinkami oboru marketing at-retail u nás a v zahraničí, jako jsou evropské trendy v POP, nákupní chování a rozhodování současných spotřebitelů, výsledky nových průzkumů, nástup nových technologií v in-store atd.

### POPAI STUDENT AWARD

Soutěž je zaměřena na podporu mladých talentovaných tvůrců a užší spolupráci se zástupci a studenty vysokých škol se specializací na marketingovou podlinkovou komunikaci v České republice a na Slovensku. Studenti soutěží o nejlepší design POP materiálu dle briefu zadavatele.

### Klub zadavatelů

Klub zadavatelů POPAI CE nabízí spolupráci výrobcům a dodavatelům značkových produktů a zástupcům maloobchodu, kteří mají zájem o novinky, informace o průzkumech a další relevantní informace z místa prodeje. Cílem tohoto projektu je posílit již existující platformu, kde se setkávají zástupci zadavatelů, retailu, a výrobců komunikačních in-store prostředků.

### Program pro oblast digitální a multimediální komunikace

Akce tohoto programu zviditelňují a popularizují celý obor digital signage, zvyšují znalosti o oboru a přispívají k lepší komunikaci mezi dodavateli a zadavateli digitálních médií.

### Projekty v oblasti dárkových a propagačních předmětů

POPAI CE podporuje oblast dárkových a propagačních předmětů prostřednictvím vzdělávacích akcí a průzkumů, které analyzují tento trh, zjišťují potenciál růstu v určitých dárkových předmětech, zabývají se efektivitou jednotlivých typů dárkových předmětů a jejich působením na spotřebitele, významem obalu i významem značky při výběru dárkového předmětu.

### Informační servis pro členy POPAI CE

Elektronické newslettery, kalendář akcí oboru marketing at-retail u nás i ve světě, sborník vybraných článků z našich i zahraničních odborných časopisů, aktualizované informace prostřednictvím nového webového portálu.

## ■ Significant POPAI CE projects

### Education programme – POPAI University

The POPAI CE continuous education programme is intended for various subject categories, which operate in the in-store communication and in-store marketing sector, i.e. for producers and suppliers of POP mediums, brand representatives, retail, advertising and research agencies. The education programme includes professional seminars in the Czech Republic and Slovakia, certified courses on POP, workshops which also include the Marketing-at-retail POPAI forum conference.

### Research on the effectiveness of marketing communication tools and POP market analyses

POPAI CE conducts and coordinates research projects, which analyse buying behaviour and analyse the effectiveness of various marketing communication tools, such as surveys measuring the effectiveness of POP, a survey on spontaneous perception and reaction of the public to individual types of POP, a survey on “POP Advertising Display Power”, measuring the effectiveness of digital media, an analysis of the current market with gifts and promotional items, an analysis of advertisers' attitudes towards POP as a sector etc.

### POPAI AWARDS

The POPAI CE AWARDS contest for the best at-retail communication and advertising mediums offers POP medium producers the opportunity to make the best product of their annual production visible in front of a wide professional public within the scope of a contest exposition and media campaign. It belongs among the top events in marketing at-retail: it presents the latest mediums in in-store communication, sales support systems and other supporting promotional tools.

### Marketing at-retail POPAI forum conference

The conference programme deals with the current challenges and novelties in the marketing at-retail sector here and abroad, such as European trends in POP, buying behaviour and decision making of current consumers, the results of new research, the launch of new technologies in in-store etc.

### POPAI STUDENT AWARD

The contest is focused on supporting young talented creators and closer cooperation with representatives and students of universities specialised in the below the line marketing communication in the Czech Republic and Slovakia. The students compete for the best POP material design according to the advertiser's briefs.

### Advertisers' club

The POPAI CE Advertisers Club offers cooperation to producers and suppliers of brand products and retail representatives, who are interested in what's new, information on research and other relevant information from at-retail. The objective of this project is to strengthen the already existing platform, where the representatives of advertisers, retail and producers of in-store communication mediums meet.

### Programme for the field of digital and multimedia communications

The events of this programme promote and popularise the entire digital signage sector, increase knowledge of the field and contribute to improving communication between suppliers and digital media contractors.

### Projects in the field of gift and promotional items

POPAI CE supports the field of gift and promotional items through educational events and research which analyses this market, looks for potential growth in certain gift items, deals with the effectiveness of individual types of gift items and their effect on consumers, the significance of packing and brands when selecting gift items.

### Information service for POPAI CE members

Electronic newsletters, a calendar of events in the field of marketing at-retail here and in the world, a collection of selected articles from local and international professional magazines, up-to-date information through a new web portal.

# Členové POPAI CENTRAL EUROPE

## POPAI CENTRAL EUROPE members



**3M Česko spol. s r.o.**

V Parku 2343/24, 148 00 Praha 4, Czech Republic  
kontaktní osoba: Martin Vlček  
tel.: +420 261 380 409  
e-mail: mvlcek@mmm.com  
www.3m.cz



**ADLER Czech, a.s.**

Nový svět 199, 400 07 Ústí nad Labem, Czech Republic  
kontaktní osoba: Jitka Kubíková  
tel.: +420 475 240 560  
e-mail: jitka.kubikova@adler.info  
www.adler.info



**ASTRON print, s.r.o.**

Veselská 699, 199 00 Praha 9, Czech Republic  
kontaktní osoba: Jan Hodek  
tel.: +420 296 361 111  
e-mail: jhodek@astron.cz  
www.astron.cz



**Atoz Marketing Services, spol. s r.o.**

Holečkova 29, Praha 5, Czech Republic  
kontaktní osoba: Jana Lysáková  
tel.: +420 246 007 204  
e-mail: jana.lysakova@atoz.cz  
www.atoz.cz



**ATS Display Sp. z o.o.**

ul. Boryszewska 22c, 05-462 Wiazowna, Poland  
kontaktní osoba: Małgorzata Zajac  
tel.: +48 227 804 730  
e-mail: info@atsdisplay.com  
www.atsdisplay.com



**Authentica, s.r.o.**

Lazaretní 7, 615 00 Brno, Czech Republic  
kontaktní osoba: Martin Hasilík  
tel.: +420 548 217 991  
e-mail: authentica@authentica.cz  
www.authentica.cz



**AV MEDIA, a.s.**

Pražská 63, 102 00 Praha 10, Czech Republic  
kontaktní osoba: Tereza Špetová  
tel.: +420 261 260 218  
e-mail: tereza.spetova@avmedia.cz  
www.avmedia.cz



**Branaldi s.r.o.**

U jízdárny 381, 250 01 Brandýs nad Labem, Czech Republic  
kontaktní osoba: Eva Drozdenová  
tel.: +420 326 909 255  
e-mail: drozdenova@branaldi.cz  
www.branaldi.cz



**BTL EUROPE s.r.o.**

Tupolevova 713, 199 00 Praha 9, Czech Republic  
kontaktní osoba: Vladimír Nikiforov  
tel.: +420 777 712 235  
e-mail: info@btl-europe.com  
www.btl-europe.com

## Coca-Cola HBC Česká republika

**Coca-Cola HBC Česká republika, s. r. o.**

Českokobrodská 1329, 198 21 Praha 9 – Kyje, Czech Republic  
kontaktní osoba: Jan Dvořák  
tel.: +420 724811468  
e-mail: jan.dvorak@cchellenic.com  
www.cocacola.cz



**DAGO, s.r.o.**

Komenského 1020, 267 51 Zdice, Czech Republic  
kontaktní osoby: Martin Vorel, Marek Končítik  
tel.: + 420 311 533 390  
e-mail: martin.vorel@dago.cz, marek.koncitik@dago.cz  
www.dago.cz



**Dekor spol. s r.o.**

Hradišská 849, 687 08 Buchlovice, Czech Republic  
kontaktní osoba: Libor Jordán  
tel.: +420 572 430 555  
e-mail: libor.jordan@dekor.cz  
www.dekor.cz



**Eclipse Print a.s.**

U Nákladového nádraží 3149/6, 130 00 Praha 3, Czech Republic  
kontaktní osoba: Václav Nosek  
tel.: +420 283 012 555  
e-mail: nosek@eclipse-print.com  
www.eclipse-print.com



**Frame B.D.D.**

Hlubočepská 701/38c, 152 00 Praha 5, Czech Republic  
kontaktní osoba: Aleš Dudák  
tel.: +420 737 266 681  
e-mail: dudak@frame.cz  
www.frame.cz



**FREEBOARD EUROPE s.r.o.**

Pod Krejčírkem 975/2, 130 00 Praha 3, Czech Republic  
kontaktní osoba: Martin Hrdý  
tel.: +420 210 311 311  
e-mail: sale@freeboard.cz  
www.freeboard.cz



**GAIA GROUP SE**

Plaská 622/3, 150 00 Praha 5, Czech Republic  
kontaktní osoba: Aleš Štibinger  
tel.: +420 721 844 889  
e-mail: ales.stibinger@gaiagroup.cz  
www.gaiagroup.cz



**GLANCE MEDIA, spol. s r.o.**

V Chotejně 700/7, 102 00 Praha 10, Czech Republic  
kontaktní osoba: Lenka Vetterlová  
tel.: +420 272 090 220-1  
e-mail: info@glancemedia.cz  
www.glancemedia.cz



**GREP design, s.r.o.**

Vážného 10, 621 00 Brno, Czech Republic  
kontaktní osoba: Marek Sabo  
tel.: +420 543 238 107  
e-mail: grep@grep.cz  
www.grep.cz



**HANTON - svetelné reklamy s.r.o.**

ul. Dr. Pantočku 335, Tovarníky, 955 01 Topoľčany, Slovakia  
kontaktní osoba: Rostislav Zemaník  
tel.: +421 385 321 330, mobil +421 915 718 083  
e-mail: obchod@hanton.sk  
www.hanton.eu



**HANTON ČR, s.r.o.**

Družicová 991/21, 161 00 Praha 6 – Ruzyně, Czech Republic  
kontaktní osoba: Zlata Černá  
tel.: +420 222 514 055, mobil +420 724 108 390  
e-mail: info@hanton.eu  
www.hanton.eu

# Členové POPAI CENTRAL EUROPE POPAI CENTRAL EUROPE members



**Heineken Česká republika, a.s.**

U Pivovaru 1, 270 53 Krušovice, Czech Republic  
kontaktní osoba: Kateřina Beute  
tel.: +420 543 516 264  
e-mail: Katerina.Beute@heineken.com  
www.heinekenceskarepublika.cz



**HL Display Česká republika, s.r.o.**

147 00 Praha – Braník, Zelený pruh 95/97, Czech Republic  
kontaktní osoba: Vojtěch Motl  
tel.: +420 241 442 591  
e-mail: vojtech.motl@hl-display.com  
www.hl-display.cz



**HL Display Slovensko, s.r.o.**

Haburská 49/D, 821 01 Bratislava, Slovakia  
kontaktní osoba: Ján Šimunek  
tel.: +421 249 206 031  
e-mail: Jan.Simunek@hl-display.com  
www.hl-display.sk



**Horma - drátěný program**

Havlíčková 2838, 767 01 Kroměříž, Czech Republic  
kontaktní osoby: Josef Horňák, Mária Horňáková  
tel.: +420 573 338 280  
e-mail: horma@horma.cz  
www.horma.cz



**iBTL AKA**

Opatovická 4/1659, 110 00 Praha 1 Nové Město, Czech Republic  
kontaktní osoba: Marek Tesař  
tel.: +420 224 934 519  
e-mail: aka@aka.cz  
www.aka.cz



**JR Media s.r.o.**

Nerudova 198, 500 02 Hradec Králové 2, Czech Republic  
kontaktní osoba: Libor Pavlata  
tel.: +420 777 555 558  
e-mail: libor.pavlata@casopisvyber.cz  
www.casopisvyber.cz



**Karel Brendl - PROST**

Dlážděná 7, 552 11 Velichovky, Czech Republic  
kontaktní osoba: Karel Brendl  
tel.: +420 491 880 161  
e-mail: prost@prost.cz  
www.prost.cz



**MARS Czech, s.r.o.**

Pražská 320, 257 21 Poříčí nad Sázavou  
Czech Republic  
tel.: +420 317 760 111  
e-mail: mars.contact@lion.cz  
www.mars.com/czech



**MBG, spol. s r.o.**

Sadová 2323/4, 789 01 Zábřeh, Czech Republic  
kontaktní osoba: Stanislav Doleček  
tel.: +420 583 401 322  
e-mail: stanislav.dolecek@mbg.cz  
www.mbg.cz



**McCoy & Partner, s.r.o.**

Prokopská 296/8, 118 00 Praha 1, Czech Republic  
kontaktní osoba: Jaroslav Novák  
tel.: +420 267 915 816  
e-mail: agentura@mccoy-partner.com  
www.mccoy-partner.com



**M.I.P. Group, a.s.**

Hollarovo náměstí 11, 130 00 Praha 3, Czech Republic  
kontaktní osoba: Zdeněk Sobota  
tel.: +420 267 315 585-8  
e-mail: sobota@mip.cz  
www.mip.cz



**Mood Media Group CZ, s.r.o.**

Čestmírova 1, 140 00 Praha 4, Czech Republic  
kontaktní osoba: Petr Toman  
tel.: +420 257 211 043  
e-mail: p.toman@moodmedia.com  
www.moodmedia.com



**MORIS design s.r.o.**

Pod Stárkou 33, 140 00 Praha 4, Czech Republic  
kontaktní osoba: Radomír Klofáč  
tel.: +420 222 512 231  
e-mail: moris@moris.cz  
www.moris.cz



**OMD Czech a.s.**

Lomnického 1705/9, 140 00 Praha 4, Czech Republic  
kontaktní osoba: Petr Miláček  
tel.: +420 222 077 201  
e-mail: petr.milacek@omnicommediagroup.com  
www.ombd.cz



**POS Media Czech Republic s.r.o.**

Jihlavská 1276/17, 140 00 Praha 4, Czech Republic  
kontaktní osoba: Pavlína Klementová  
tel.: +420 261 198 801  
e-mail: klementova@posmedia.cz  
www.posmedia.cz



**QUIX s.r.o.**

Lhotecká 793/3, 140 00 Praha 4, Czech Republic  
kontaktní osoba: Gabriela Al Dhábba  
tel.: +420 723 072 551  
e-mail: gaba@quix.cz  
www.quix.cz



**REDA a.s.**

Hviezdoslavova 55d, 627 00 Brno Slatina, Czech Republic  
kontaktní osoba: Ivana Jichová, Věra Šťastná  
tel.: +420 548 131 111, 800 13 13 13  
e-mail: info@reda.cz  
www.reda.cz



**RETAIL VISION, a.s.**

Na Strži 65, City Embiria Building, 140 62 Praha 4  
kontaktní osoba: Lukáš Reisinger  
tel.: +420 261 210 212  
e-mail: info@retailvision.cz  
www.retailvision.cz



**REX spol. s r.o.**

Bubenská 20, 175 00 Praha 7, Czech Republic  
kontaktní osoba: Vlastimil Král  
tel.: +420 233 378 129, +420 312 691 712-3  
e-mail: kral@rex-reklama.cz  
www.rex-reklama.cz



**ROSS s.r.o.**

Hollého 205/52, 015 01 Rajec, Slovakia  
kontaktní osoba: Miroslav Hodás  
tel.: +421 415 422 109  
e-mail: ross@ross.sk  
www.ross.sk, www.ross.eu



# Členové POPAI CENTRAL EUROPE POPAI CENTRAL EUROPE members



Světelná reklama, P.O.P. materiály

**ROSS CZ s.r.o.,**

Husinecká 19  
130 00 Praha 3  
Czech Republic  
e-mail: ross@ross.sk  
www.ross.sk, www.ross.eu



**STI Česko s.r.o.**

Žitná 218/19, 408 01 Rumburk, Czech Republic  
kontaktní osoba: Ivan Skopal  
tel.: +420 733 535 313  
e-mail: ivan.skopal@sti-group.com  
www.sti-group.cz



**Strategie**

Mezi vodami 1952/9, 143 00 Praha 4 Modřany, Czech Republic  
kontaktní osoba: Miroslav Honsů  
tel.: +420 225 276 391  
e-mail: honsu@mf.cz  
www.strategie.cz



**WILLSON & BROWN**

**Willson & Brown Czech s.r.o.**

Belgická 276/20, 120 00 Praha 2, Czech Republic  
kontaktní osoba: Jakub Teodorowski  
tel.: +420 222 519 120  
e-mail: Jakub.teodorowski@w-b.cz  
www.willson-brown.com



**Sára s.r.o.**

Freyova 12/1, 190 00 Praha 9, Czech republic  
kontaktní osoba: Milan Fedorek  
tel.: +420 283 892 140  
e-mail: fedorek.milan@sara.cz  
www.sara.cz



**Store Media, s.r.o.**

Záhorácka 2, 811 04 Bratislava, Slovakia  
kontaktní osoba: Henrich Sikela  
tel.: +421 903 614 800  
e-mail: sikela@storemedia.eu  
www.storemedia.eu



**Ústav marketingových komunikací FMK UTB ve Zlíně**

Štefánikova 2431, 760 01 Zlín, Czech Republic  
kontaktní osoba: Olga Jurášková  
tel.: +420 724 209 483  
e-mail: ojuraskova@fmk.utb.cz  
www.fmk.utb.cz

**Čestní členové**

- Boček Martin, Ing.**
- Brabec Pavel, Mgr.**
- Hrubalová Monika**
- Janoušek Jiří**
- Kaňovský Ivo, Bc.**
- Krejčí Richard, Ing.**
- Mikeš Jiří, Ing.**
- Sochor Václav, Mgr.**
- Vysekalová Jitka, doc., PhD., Ph.D**
- Zachar Michal**



**SCREENET, spol. s r.o.**

Umělecká 588/6, 170 00 Praha 7, Czech Republic  
kontaktní osoba: Jan Franěk  
tel.: +420 233 310 790  
e-mail: franek@screenet.cz  
www.screenet.cz



**Store Media CZ, s.r.o.**

Zoubkova 1203/8, 150 00 Praha 5, Czech Republic  
kontaktní osoba: Zuzana Krausová  
tel.: +420 734 826 694  
e-mail: storemedia@storemedia.eu  
www.storemedia.eu



**Visual Impact a.s.**

U Slavie 1540/2a, 100 00 Praha 10, Czech Republic  
kontaktní osoba: Michal Augusta  
tel.: +420 272 118 710  
e-mail: info@visualimpact.cz  
www.visualimpact.cz



**SPAR Česká obchodní společnost s.r.o.**

Nákupní 389/1, 102 00 Praha 10 –Štěrboholy, Czech Republic  
kontaktní osoba: Martina Malcová  
tel.: +420 234 670 111  
e-mail: martina.malcova@spar-cr.cz  
www.interspar.cz



**STORY DESIGN, a.s.**

Moravská 949, 570 01 Litomyšl, Czech Republic  
kontaktní osoba: Ladislav Lána  
tel.: +420 461 613 313  
e-mail: ladislav.lana@story-design.cz  
www.story-design.cz



**WELLEN a.s.**

Třebohostická 3165/5a, 100 00 Praha 10, Czech Republic  
kontaktní osoba: Petr Šimek  
tel.: +420 281 002 750  
e-mail: info@wellen.cz  
www.wellen.cz

**Spolupracující subjekty**

- ADDURRE s.r.o.**
- Asociace 3D reklamy**
- Asociace českých reklamních agentur a marketingové komunikace - ACRA**
- Česká marketingová společnost**
- Dmarketing.cz - Magazín digitálního marketingu**
- www.mistoprodeje.cz**

# 3M

## 3M Česko, spol. s r.o.

**Adresa společnosti:**

V Parku 2343/24  
148 00 Praha 4 - Chodov

**Kontaktní osoba:**

Martin Vlček

**Telefon:**

+420 261 380 409

**e-mail:**

mvlcek@mmm.com

**Webové stránky:**

www.3M.cz

**Charakteristika společnosti:**

Společnost 3M je vysoce inovativní výrobní společností působící v řadě oblastí. V jejím portfoliu je na padesát tisíc výrobků, které nacházejí využití nejenom v průmyslu, zdravotnictví, stavebnictví nebo elektroinstalacích, ale i v domácnostech. Vynalezli nejenom oblíbené Post-it papírky, ale třeba i první kapesní projektor na světě. Ačkoli je využití jednotlivých produktů zcela odlišné, všechny spojuje jedna vlastnost: ve svém odvětví vždy představují inovativní produkt, který kromě důmyslnosti dbá i na ekologii, bezpečnost a zdraví lidí.

Mezi hodnoty 3M patří serióznost a poctivost, uspokojování zákazníků inovativními řešeními, respekt k přírodě a respekt k zaměstnancům, zákazníkům i dodavatelům. 3M se stala jednou z prvních výrobních společností, která se v roce 1975 začala zajímat o aktivní řešení ekologických otázek. Program 3M Pollution Prevention Pays za 30 let svého fungování zabránil vzniku více jak 1 315 431.37 tun zplodin. Cílem 3M je neustále podporovat udržitelný rozvoj, který vnímá jako symbiózu trvalého ekonomického růstu, sociální odpovědnosti a ochrany životního prostředí.

3M je v otázce sociální odpovědnosti aktivní nejenom globálně, ale i přímo v lokalitách, kde působí. V Čechách 3M podporuje Zdravotního klauna, hnutí Brontosaurus a další akce, jichž je jednorázovým sponzorem.

# Hledáte neokoukané?



grafická řešení  
pro jakoukoli reklamu

www.3M.cz/grafickareseni  
tel.: +420 261 380 111



## ADLER Czech, a.s.

**Adresa společnosti:** Nový svět 199, 400 07 Ústí nad Labem

**Kontaktní osoba:** Magdaléna Hausmanová

**Telefon:** +420 475 240 511

**e-mail:** prodej@adler.info

**Webové stránky:** www.adler.info

### Charakteristika společnosti:

- široký sortiment nejvyššího reklamního zboží,
- největší skladové zásoby v ČR,
- rychlá dodávka zboží do 24 hodin i po jednom kuse,
- on-line nákup,
- velmi kvalitní zákaznický servis,
- dle požadavků i zakázková výroba.

Firma ADLER Czech, a.s. je výrobcem a prodejcem širokého sortimentu značkového reklamního textilu ADLER. Díky největším skladovým zásobám a vysoce sofistikovanému logistickému systému dodáváme zákazníkům zboží již od 1 ks do 24 hodin od objednání. Prodáváme do 12 zemí světa. Zákazníkům vždy nabízíme nejvyšší kvalitu zboží a poskytujeme kvalitní zákaznický servis. Objednávku je možné realizovat přes náš e-shop na [www.adler.info](http://www.adler.info) nebo telefonicky, emailem či faxem.

Naše portfolio v roce 2012 čítá 2268 druhů zboží. Skladujeme kolem 2,5 milionu kusů zboží. Zboží můžeme pro zákazníka dále upravit, a to formou potisku, výšivky, laserového gravírování do fleecových produktů, zdobení štrasovými kamínky, skládání nebo lisování do zvoleného tvaru. Nabídku neustále sledujeme, upravujeme a modernizujeme. Pokud si zákazník přesto nevybere z katalogového zboží, může využít možnosti zakázkové výroby, která mu umožní výběr vlastního střihu, barvy, lemování, etikety, balení a podobně.

Produkty ADLER jsou certifikovány dle mezinárodně uznávaných norem Ökotex Standard 100, které jsou uznávanou pečeti kvality pro textilní zboží vyrobené pouze ze zdravotně nezávadných materiálů. Každý výrobek testuje nezávislý Evropský výzkumný institut a pečlivě ho zkoumá podle standardizovaných kritérií, které limitují užívání nebezpečných chemikálií při výrobě.

Abychom uspokojili zvyšující se potřebu skladových prostor, na počátku roku 2011 jsme přesunuli náš hlavní sklad do Ostravy. Díky nejnovější skladovací technologii Kardex a systému WMS (Warehouse Management System) došlo ke zrychlení procesu vyskládávání. Jedná se o unikátní řešení, které bylo oceněno cenou Nejlepší logistická případová studie roku 2011. Sklad nabízí nové služby: osobní odběry, dodání zboží v ten samý den v okruhu cca 100 km od skladu, balení zásilek dle požadavků zákazníka, showroom.

Zákazník je pro společnost Adler Czech, a.s. ústřední postavou. Kvalitu zboží, širší nabídky, rychlost a správnost dodávky, následnou péči o zákazníka proto neustále zlepšujeme. Nadstandard pro nás není odměnou nýbrž způsobem existence.

**Další doplňující informace:** Od roku 2010 jsme nositelem označení Zelená firma a došlo k Recertifikaci a rozšíření norem ISO (9001,14001,18001,27001). Sponzorujeme humanitární organizaci ADRA.



**OBLEČTE  
VAŠI  
FIRMU**

**ADLER®**  
značkový reklamní textil  
[www.adler.info](http://www.adler.info)



# AKA

ASOCIACE KOMUNIKAČNÍCH AGENTUR

## Asociace komunikačních agentur ČR

**Adresa společnosti:**

Opatovická 4, 110 00 Praha 1

**Kontaktní osoba:**

Jiří Janoušek, výkonný ředitel

**Telefon:**

224 934 518

**e-mail:**

aka@aka.cz

**Webové stránky:**

www.aka.cz

**Charakteristika společnosti:**

AKA je výběrovou organizací sdružující přední komunikační agentury, které realizují cca 85% ze 20 miliard korun obratu na českém mediálním trhu a obdobný objem na trhu podlinkových marketingových služeb. V současnosti tvoří AKA 78 členských agentur zařazených podle jejich zaměření do pěti specializovaných sekcí, které pokrývají hlavní oblasti komerční komunikace – komplexní reklamní servis / mediální služby / direct marketing včetně věrnostních programů / integrované podlinkové služby s důrazem na podporu prodeje / digitální marketing.

Hlavním posláním AKA je podporovat svobodné a efektivní šíření komerční komunikace, její vysokou profesionální úroveň a uznání přínosu komerční komunikace pro tržní ekonomiku. AKA stála u vzniku Rady pro reklamu a iniciovala přijetí etického kodexu, jehož dodržování všemi členskými agenturami je základem samoregulace komerční komunikace v České republice.

AKA zastupuje Českou republiku v Evropské asociaci komunikačních agentur (EACA) a její sekce iBTL je členem Výboru pro integrované marketingové služby při EACA.





### **ASTRON print, s.r.o.**

**Adresa společnosti:** Green Park, Veselská 699, 199 00 Praha 9 – Letňany

**Kontaktní osoba:** Jan Hodek

**Telefon:** +420 606 667 620

**e-mail:** jhodek@astron.cz

**webové stránky:** www.astron.cz

#### **Charakteristika společnosti:**

ASTRON print je digitální tiskárna, která disponuje širokou nabídkou tiskových technologií a služeb. Zabýváme se především potiskem všech typů médií, ale také jejich následným zpracováním do podoby různých finálních produktů (POS/POP, bannerů, billboardů či řezané grafiky pro polepy automobilů i ploch). Používáme moderní zařízení, u nichž jde vysoká výrobní kapacita ruku v ruce s nejvyšší dosažitelnou kvalitou tisku. ASTRON print je součástí polygrafické skupiny ASTRON group, do níž dále patří: ASTRON studio – disponuje desetibarvovou ofsetovou tiskárnou do formátu B1 s kompletním dokončovacím zpracováním – vazbou V1 a V2. Pomocí sítotiskového stroje nabízí rovněž zušlechtnění tisku, jako je lakování, parciální lakování či reliéfní lakování. ASTRON studio poskytuje také veškeré pre-press služby: standardní DTP zpracování (platformy PC i MAC, nejnovější verze grafických programů); automatizované zpracování dat – máme zkušenosti s databázovým publikováním, řízením rozsáhlých projektů, se zpracováním velkého množství dat a s certifikací dat; služby naší kreativní a BTL agentury zahrnují tvořivé zpracování tiskovin, přípravu CI, volnou grafiku, ilustrace. MEDIAFORCE – je vydavatelství zájmových a hobby magazínů, specialista na vydávání firemních magazínů, určených pro různé segmenty zákaznického trhu (B2B, B2C, B2E). Máme kompletní redakční zázemí (tvorba textů, editace, korektury). Vydavatelská část DTP se specializuje výhradně na časopisy. V oblasti hobby magazínů se zaměřujeme na vydávání specializovaných časopisů moderní doby, např. periodika o luxusním zboží či motoristické tituly pod značkou Motohouse.

#### **Reference:**

3x Turbojet TJ 8350, Fotoba XL TJ-OL, Durst Rho 500R, HP Scitex XLJet3+, Forsstrom TDW 20, Spühl Virtu RS25/48, Spühl Virtu RS35/36, Kongsberg i-XL 44, Komori Lithrone LS-1040P, Sakurai MS102A II, Natgraph M110.

#### **Další doplňující informace:**

Společnosti ASTRON print, s.r.o. a ASTRON studio CZ, a.s. mají zavedeny systémy řízení kvality ISO 90001:2009 a environmentálního řízení ISO 14001:2005.

**ASTRON GROUP**  
**je svým**  
technologickým vybavením,  
**výrobní kapacitou**  
a šíří nabízených služeb  
**jedním z největších**  
**poskytovatelů**  
**polygrafických služeb**  
**v České republice**  
a v mnoha ohledech také  
**v Evropě.**



**ASTRON group, s.r.o.**  
Veselská 699, 199 00 Praha 9 – Letňany  
www.astron.cz

# Atoz retail

## ATOZ RETAIL

### Adresa společnosti:

Holečkova 29, 150 95 Praha 5

### Kontaktní osoba:

Jana Lysáková

### Telefon:

+420 246 007 204

### e-mail:

jana.lysakova@atoz.cz

### Webové stránky:

www.atoz.cz

### Charakteristika společnosti:

ATOZ Retail je součástí skupiny ATOZ Group, která se specializuje na komunikaci a podporu prodeje prostřednictvím svých publikací a odborných akcí hlavně v oblasti retailu, logistiky a HoReCa.

Kromě programu Volba spotřebitelů – Nejlepší novinka, který již 12 let napomáhá výrobcům a distributorům rychloobrátkového zboží zvýšit prodej jejich novinek a inovovaných výrobků, organizuje workshop Innovation Village určený pracovníkům marketingu FMCG společností a obchodníkům či kongres SAMOŠKA, jehož cílem je podpora tradičního trhu. Dále se specializuje na organizaci obchodně-společenských akcí, například Retail Business Mixer a Retail Masters Day. Premiérově letos probíhá také první ročník programu Volba spotřebitelů – Nejlepší novinka na Slovensku. V rámci své vydavatelské činnosti ATOZ Retail již 19 let vydává renomovaný časopis zaměřený na trh rychloobrátkového zboží s názvem Zboží&Prodej a od září 2011 také časopis Tovar&Predaj určený pro slovenský trh. V roce 2010 rozšířil své portfolio odborných časopisů o titul Čerstvé&Snadné, první časopis na českém trhu pro vietnamské obchodníky.

Ročenka Hvězdy prodeje pak přináší přehled nejprodávanějších výrobků ve zhruba 30 produktových kategoriích FMCG v České republice i na Slovensku. Letos poprvé pod křídly ATOZ Retail také vyjde plakát TOP 50/30 českého a slovenského obchodu, který vzniká ve spolupráci se společnostmi Incoma GfK a T.E.R.N.O.

Atoz retail

Publikace, akce, kontakty...  
Pro ty nejlepší v retailu

### Projekty v roce 2012

Prilozitost  
pro vaši  
prezentaci,  
ziskani  
informaci  
a kontaktů

#### 25. 4., 13. 9. Retail Masters Day Golfový turnaj mistrů českého retailu

V dubnu se uskuteční už 6. golfový turnaj určený profesionálům z retailu. Jak se už stalo tradicí, na jaře se opět mezi sebou utkají **týmy obchodníků**, v září pak naváže **turnaj jednotlivců**, včetně **doprovodného programu**. Využijte příjemně strávený den na golfovém hřišti a získajte **nové kontakty** v retailu!

#### 17. 5. (ČR), 14. 6. (SR) Volba spotřebitelů – Nejlepší novinka 2012 Marketingový program, který oceňuje inovace na trhu FMCG

Do konce února probíhá registrace do **12. ročníku** marketingového programu Volba spotřebitelů – Nejlepší novinka a premiérově také do **1. ročníku** programu Volba spotřebitelů – Nejlepší novinka na Slovensku. Slavnostní **vyhlášení výsledků** programu v ČR proběhne v pražském hotelu Ambassador – Zlatá Husa 17. 5., v Bratislavě pak 14. 6.

#### 17. 5. Innovation Village Spolupráce marketingu a obchodu při uvádění novinek na trh

Slavnostnímu vyhlášení výsledků 12. ročníku marketingového programu Volba spotřebitelů – Nejlepší novinka bude předcházet **půldenní workshop** věnovaný spolupráci marketingových a obchodních oddělení při uvádění novinek na trh. Představte 150 zástupcům marketingových a obchodních oddělení dodavatelů FMCG své produkty a služby. S vaší prezentací se seznámí také všech zhruba 500 účastníků galavečera.

#### 6.–7. 6. SAMOŠKA

**Kongres pro tradiční trh** V červnu se v **Českých Budějovicích** uskuteční už **devátý kongres** na podporu tradičního trhu SAMOŠKA. Využijte možnosti potkat a oslovit na jednom místě několik stovek maloobchodníků, pracovníků centrální maloobchodních aliancí, družstev a velkoobchodů i dodavatelů!

#### 20. 6. Retail Business Mixer Neformální letní party

Spojte práci se zábavou – potkejte se na neutrální půdě pražské **Občanské plovárny** se svými obchodními partnery, utužte stávající vztahy a navažte nové! Už tradiční letní party se účastní **kolem 600 osob** z managementu, marketingu a obchodu řetězců, maloobchodních sítí, velkoobchodů i dodavatelů zboží a služeb pro retail.

#### Leden–prosinec Zboží&Prodej Časopis pro obchod s rychloobrátkovým a spotřebním zbožím v ČR

Časopis Zboží&Prodej vychází v ověřovaném nákladu **13 000 výtisků**. Celkový počet čtenářů však činí 46 800 (náklad 13 000 x 3,6 čtenáře na jeden výtisk). Využijte tuto příležitost a oslovte své stávající i potenciální zákazníky!

#### Leden–prosinec Čerstvé&Snadné Časopis pro vietnamské obchodníky

**Vietnamští obchodníci** představují velký potenciál pro vaše prodej! Časopis Čerstvé&Snadné vychází v nákladu **3000 výtisků**, což je také celkový odhadovaný počet obchodů s majitelem vietnamského původu v ČR.

#### Leden–prosinec Tovar&Predaj

#### Časopis pro obchod s rychloobrátkovým a spotřebním zbožím v SR

V **září 2011** uvedl Atoz Retail na slovenský trh časopis Tovar&Predaj. Vychází v nákladu **10 500 kusů** a jeho cílem je informovat obchodníky na Slovensku o aktuálním dění v místním retailu.

#### Květen TOP 50/30 českého a slovenského obchodu Žebříček obchodních firem

Přílohou květnových čísel časopisů Zboží&Prodej a Tovar&Predaj bude letos poprvé plakát **největších retailových hráčů** na trhu podle obrátu.

#### Červen Hvězdy prodeje Přehled nejprodávanějších výrobků ve 30 kategoriích

V červnu opět vychází **ročenka** Hvězdy prodeje – přehled nejprodávanějších produktů ve zhruba třiceti kategoriích **rychloobrátkového zboží**, tedy výrobků, které by v žádném obchodě neměly chybět. Hvězdy prodeje SK pak doprovodí listopadové číslo Tovar&Predaj.

Atoz retail

Informace, networking, know-how...

### Kontakt:

Jana Lysáková +420 246 007 204  
jana.lysakova@atoz.cz

because we KNOW HOW to display!  
**ATSDisplay**™  
design development production

## ATS Display Sp. z o.o.

**Address:**

ul. Boryszewska 22c  
Wiązowna 05-462  
Poland

**Phone:**

+48 227 804 730

**e-mail:**

info@atsdisplay.com

**Web:**

www.atsdisplay.com

**Company profile:**

design, development, production of POS Materials  
...because we KNOW HOW to display!

**Additional information:**

Start-up: 2001  
Partners: FMCG Leaders  
Certificates: ISO 9001:2008, member of POPAI CE, D-U-N-S 367502270



|Display Certus EVO2  
Client: W.S.O.P. Sp. z o.o.  
Designer: Michał Odolak



|Display Merci  
Client: Storck Sp. z o.o.  
Designer: Michał Odolak & Adam Pakuta

because we KNOW HOW to display!



|Service Point Dispenser  
Client: Siódemka S.A.  
Designer: Michał Odolak



|Round ATS Display Carlsberg  
Client: Carlsberg Group Procurement AG  
Designer: Piotr Freljan

# authentica<sup>®</sup>

POP & POS SOLUTIONS

## Authentica, s.r.o.

Adresa společnosti: Lazaretní 7, CZ-615 00 Brno

Kontaktní osoba: Martin Hasilík, Martin Hradecký

Telefon: +420 548 21 79 91

E-mail: martinhasilik@authentica.cz, martinhradecky@authentica.cz

Webové stránky: www.authentica.cz

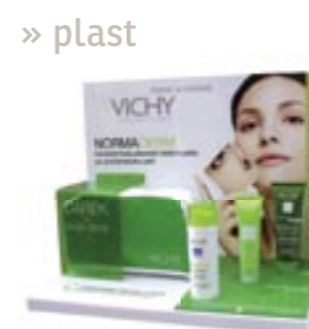
### Charakteristika společnosti:

Authentica je jedním z nejvýznamnějších výrobců **POP a POS materiálů** v České Republice s kompletní nabídkou materiálů k podpoře prodeje vašich produktů. Naše výrobky, služby a servis představujeme klientům jako složení malé skládačky od prvotních **návrhů/skic, 3D vizualizací** s umístěním v místě prodeje s následným vývojem produktu a zátěžovým testem v prodeji. Při vývoji produktů používáme nejvhodnější materiály včetně povrchových úprav pro daný materiál s ohledem na požadavky vystavení, dobu umístění v prodeji a skladování.

Klientům nabízíme produkty z materiálů: **kov, dřevo, karton, plast, sklo** a ostatní materiály vhodné k výrobě POP a POS materiálů. Díky moderním technologiím a každoročním investicím do výroby dokážeme s našimi odborníky na produkci pro jednotlivé materiály stále uspokojovat zákazníky nejen po ČR, ale i v celé Evropě. Díky velkému výrobnímu zázemí se dokážeme věnovat nejen výrobě, ale také komplexnímu servisu pro naše zákazníky, ke kterému patří kompletace zboží, logistika, skladování, **instalace/deinstalace na místě prodeje**, technické zajištění akcí, promo-akce, balení, rozesílání produktů zákazníkům a další služby šité na míru klientům.

### Reference:

- Barum Continental • Colgate-Palmolive • Coty • Dermacol • Dr.Oetker
- Hartmann-Rico • Heineken • Henkel • Johnson&Johnson • JTI • Kimberly-Clark
- KMV • Kofola • Novartis • L'Oreal • Nestlé • Orange • Perfetti Van Melle • Pfanner
- Samsung • SaraLee • Sharp • Sony • Staropramen • Telefonica O2 • T-Mobile
- Unilever • Wrigley



## design & kreativa



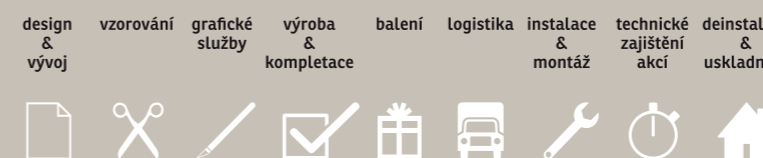
» kov + plast



Vyrábíme POP materiály i z obnovitelných zdrojů (dřevo, karton)  
FSC® products are available - certified, SA-COC-002888



Authentica, s.r.o.  
Lazaretní 7, 615 00 Brno, www.authentica.cz





# branaldi

dáváme papíru život

## Branaldi s.r.o.

**Adresa společnosti:** U Jízdárny 381, 250 01 Brandýs nad Labem

**Kontaktní osoba:** Jan Nikodým

**Telefon:** +420 326 909 255

**e-mail:** info@branaldi.cz

**webové stránky:** www.branaldi.cz

### Reference:

Coty • Lindt • L'Oreal • Intersnack • Ferrero • Dr.Oetker • Kraft • Nestlé • P&G  
• SC Johnson • Reckitt Benckiser • Mars • Unilever • Coca Cola

### Charakteristika společnosti:

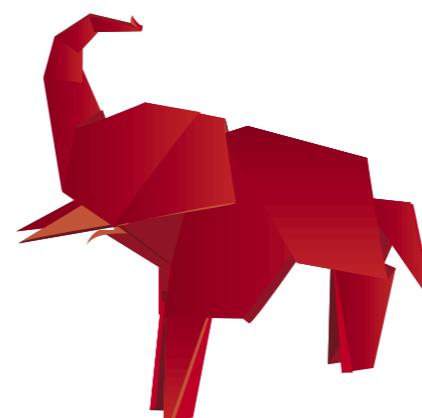
Společnost Branaldi je komplexním partnerem pro realizaci prezentace na místě prodeje. Je nejen výrobcem POS a POP materiálů, ale je schopna poskytnout další servis a služby s tím spojené. Má vlastní vývojový team, který neustále zdokonaluje a vymýšlí nové konstrukce, nová, nestandardní řešení. A to nejen z papírových materiálů, ale i kovu, plastu, dřeva a v kombinaci těchto materiálů.

Další nabízenou službou je kreativní shop. Naši grafici jsou připraveni navrhnout design nejen pro daný POS, POP materiál, ale i kompletní komunikaci klientova produktu, služby. Standardem při realizaci jednotlivých zakázek je vizualizace POS, POP materiálu, příprava makety, v případě potřeby zátěžové testy. Samozřejmostí je transport na místo určení.

Společnost Branaldi neustále modernizuje nejen výrobní, manipulační a skladové prostory, ale také svůj „technologický park“.

Investice do prostor a logistiky nám umožňuje nabízet stále efektivnější realizaci výroby a rozvoj dalších služeb. Jednou z nich je copacking – POS, POP materiál vyrobíme, sestavíme, zkompletujeme s nabízeným zbožím, transportujeme na místo určení a vyaranžujeme jej na místě prodeje. V případě potřeby jsme schopni nabídnout i skladování za velmi příznivých podmínek, popř. etapovou realizaci výroby. Modernizace a nákup vybraných technologií šetří reakční čas, zvyšuje výrobní kapacitu a rozšiřuje výrobní možnosti.

Společnost Branaldi realizuje své služby v rámci „Branaldi world“ – naši klienti využívají našeho servisu v celé Evropě, od Francie, přes Německo, Polsko, pobaltské státy, Ukrajinu, Rusko, Maďarsko, Rakousko, až po Rumunsko, Bulharsko.



Opravdu  
**VELKÝ** formát.



POS  
střížené  
na míru.



Umíme se  
přizpůsobit.



Vítězství  
je o správném  
rozložení sil.



Pestrá nabídka  
prodejních  
displejů.

## Branaldi výroba s nápadem

Na počátku každého úspěchu je vždy dobrý nápad a za ním myšlenka. Proto se snažíme nad naší prací přemýšlet.

Na základě vašich požadavků a představ vám nabídneme netradiční a vždy kreativní řešení.

Neotřelý design a tvorba atypických výrobků jsou pro nás velkou výzvou. Naší inspirací je příroda a život sám. Řekněte nám svoji vizi a my ji oživíme.

## Dáváme papíru život

Branaldi vyvíjí a vyrábí POS materiály, dárková balení, prodejní obaly a reklamní bannery z papíru a papírových lepenek. Zaručujeme dobré ceny, krátké dodací termíny a dokonalou kvalitu.



Nabízíme široké portfolio podlahových i pultových displejů, široké spektrum prodejních i dárkových krabiček. Naší doménou jsou atypické obaly a krabičky s různými typy vlepaných okének. Stačí si vybrat v naší nabídce!

Zakázky realizujeme pro celou střední a východní Evropu, pro malé i velké klienty, regionální i nadnárodní.



Dokonalost  
je v balení.

# branaldi

dáváme papíru život

**Branaldi s. r. o., U Jízdárny 381  
250 01 Brandýs nad Labem**

[www.branaldi.cz](http://www.branaldi.cz)



## BTL EUROPE s.r.o.

**Adresa společnosti:**

Tupolevova 713, 199 00 Praha 9

**Kontaktní osoba:**

Vladimir Nikiforov

**Telefon:**

+420 777 712 235

**e-mail:**

info@btl-europe.com

**Webové stránky:**

www.btl-europe.com

**Charakteristika společnosti:**

Společnost BTL EUROPE, která byla založena v r. 1999, je vydavatelem odborných časopisů a organizátorem mediálních internetových projektů, konferencí a výstav věnovaných marketingovým komunikacím a různým složkám sektoru BTL.

Mezi projekty společnosti je třeba uvést:

www.btl-europe.com - mezinárodní informační portál,  
www.posm.ru - časopis o propagačních materiálech na prodejních místech (Rusko).

Pod její záštitou byly zorganizovány:

- každoroční výstava v Moskvě nazvaná „Prodejní místo“ - www.pos-expo.ru
- kongres v oblasti POS technologií - www.pos-congress.ru.
- Mezinárodní ústav marketingových komunikací - www.imci.ru (Rusko).

Společnost nestagnuje a neustále realizuje nové projekty, nyní připravuje veliký mezinárodní mediální projekt zasvěcený POSM tématice.

Společnost je rovněž připravena poskytovat poradenské služby v oblasti reklamního byznysu v Rusku.



“P.O.S.MATERIALS”  
SPECIALIZOVANÝ ČASOPIS  
O MARKETINGOVÉ KOMUNIKACI V MÍSTĚ PRODEJE  
JE NYNÍ ON-LINE



[www.posm.cz](http://www.posm.cz)

[www.posm.ru](http://www.posm.ru)

[www.btl-europe.com](http://www.btl-europe.com)  
[info@btl-europe.com](mailto:info@btl-europe.com)



## Coca-Cola HBC Česká republika

### Coca-Cola HBC Česká republika, spol. s r.o.

**Adresa společnosti:**

Českobrodská 1329, 198 21 Praha 9 - Kyje

**Kontaktní osoba:**

Petr Filipec

**Telefon:**

(+420) 602 468 031

**e-mail:**

petr.filipec@cchellenic.com

**Webové stránky:**

www.coca-cola.cz

**Charakteristika společnosti**

Společnost Coca-Cola HBC Česká republika působí na českém trhu od roku 1991 a je členem skupiny Coca-Cola Hellenic, operující v 28 zemích Evropy, Asie a Afriky. Je výrobcem, podejcem a distributorem značkových nealkoholických nápojů společnosti The Coca-Cola Company.

V České republice provozujeme jeden výrobní závod a 10 distribučních a obchodních center, jejichž prostřednictvím zásobujeme našich více než 40.000 zákazníků. Zaměstnáváme více než 1000 pracovníků.

Vyrábíme, prodáváme a distribuujeme široké portfolio značek nealkoholických nápojů prakticky ve všech kategoriích. Naše portfolio se skládá ze:

- značek známých po celém světě, jako jsou sycené nápoje Coca-Cola, Coca-Cola zero, Coca-Cola light, Coca-Cola Cherry, Fanta, Sprite či Kinley;
- značek známých v Evropě, jako jsou džusy a ovocné nápoje Cappy, Cappy Ice Fruit a Cappy Junior, balené vody Bonaqua, sportovní nápoje Powerade, energetické nápoje Burn, sycené nápoje Lift a Lifter,
- značek vlastněných jinými společnostmi, jako jsou illy issimo, Nestea a Monster.

Neustálými inovacemi v našem portoliu nabízíme spotřebitelům větší výběr, než kdykoliv předtím. V současné době prodáváme na českém trhu 19 značek v téměř 60 variantách a příchutích.



**Pojďme  
jíst společně**

# DAGO®

## DAGO s.r.o.

**address:**

Komenského 1020  
267 51 Zdice

**contacts:**

Martin Vorel  
managing director

Ing. Marek Končítik  
marketing and business director

**tel.:**

+ 420 311 533 390

**fax:**

+ 420 311 533 391

**web:**

www.dago.cz

**Description:**

Design, production and fullservice in POP and POS media projects.

Our products are manufactured out of plastic, metal, wood, cardboard and other materials.

We are certified according to ISO 9001:2008.

We offer In-store marketing educational services.

**Speed & Confidence, Knowledge & Efficiency**

# DAGO®

## original solution

- Traditional specialized supplier of POP projects since 1993
- Own production facility and team of designers
- Our company is certified according to ISO 9001:2008
- Highly experienced in international business
- Individual approach in cooperation with customers
- Specialization in cooperation with DIRECT customers, mainly international companies
- Active cooperation with more than 200 customers
- Full service provider in POP media business
- Membership in prestigious associations, local A3DR and international POPAI Central Europe
- Many local and international awards in POP media competitions

Speed & Confidence  
Knowledge & Efficiency

- » P.O.P.
- » design
- » production
- » fullservice

DAGO s.r.o.  
Komenského 1020, Zdice, CZ-267 51  
Tel: +420 - 311 - 533390, 533060  
Fax: +420 - 311 - 533391  
Http://www.dago.cz



www.dago.cz

# DEKOR

## DEKOR, spol. s r. o.

**Adresa společnosti:** Hradištská 849, 687 08 Buchlovice, Česká republika

**Kontaktní osoba:** Libor Jordán

**Telefon:** +420 572 430 555

**e-mail:** dekor@dekor.cz

**Webové stránky:** www.dekor.cz

### Charakteristika společnosti:

Společnost DEKOR, spol. s r.o. působí v oboru POP stojanů a in-store komunikace již 22 let. Specializuje se na permanentní stojany vyšší kvalitativní úrovně při zachování výhodných cenových relací a špičkového designu. Díky velmi úzké spolupráci s italskými designéry nabízí kreativní a atraktivní design dle nejpřísnějších měřítek. Pravidelně sleduje vývoj nových výrobních technologií, trendů a materiálů, které lze využít v POP oboru.

Dekor jako jediná firma z České republiky je členem prestižní celosvětové organizace GIC (Global Instore Communication POP), která sdružuje 18 významných firem z POP oboru. Dekor je také velmi aktivním členem organizace POPAI CENTRAL EUROPE.

Členství v těchto dvou významných organizacích umožňuje neustálý přísun informací o aktuálních POP trendech, novinkách a inovacích z celého světa.

Novinkou jsou dvě zajímavé technologie z oblasti in-store komunikace – Lightbox nové generace a Lentikulár v pohybu. Obě jsou částí nové produktové řady POS Light, kde všechny výrobky jsou vyrobeny v ČR.

Lightbox nové generace je charakteristický ultra-tenkým designem a nízkou spotřebou el. en. díky technologii LED. S excelentním provedením grafiky a chytrými světelnými efekty můžeme vytvořit 3D iluzi. Lightboxy mají CE certifikát a lze je vyrobit v různých tvarech.

Lentikulár v pohybu je baterií napájený produkt. To umožňuje maximální svobodu v umístění výrobku v místě prodeje. Jsou dostupné různé efekty jako flip, zoom, animace a 3D pohled. Lentikulár v pohybu vydrží v provozu 3-4 měsíce bez výměny baterie. Další velkou výhodou je jednoduchá integrace do standardních POS stojanů.

Na konci roku 2011 firma DEKOR vybavila své výrobní středisko novými špičkovými technologiemi pro obor signmaking a zároveň výrobu POS stojanů (velkoplošná tiskárna, plotry, laser, obráběcí centrum) – více informací na našich webových stránkách.

### Reference:

AEG/ELECTROLUX • AKZO NOBEL • ALINGHI • ATOMIC • BACARDI • BETTY BARCLAY • BLOCKBUSTER • BOLLÉ • BOSCH • CAMPINGAZ • CHEVROLET • CITRÖEN • COCA & COLA • COLUMBIA • COTY • DANONE • DERMACOL • DEUTSCHE BANK • DOPPLER • EGGER • FABER CASTELL • FEIN • FISKARS • FUJI • H3G • HACHEZ • HENKEL • ICEBREAKER • JACK DANIELS • JOHNSON & JOHNSON • KOH-I-NOOR HARDTMUTH • L'ORÉAL • MV AGUSTA • OPEL • PANASONIC • PHILIP MORRIS • PORSCHE • RODENSTOCK • SAMSUNG • SERENGETI

LED LIGHTBOXY  
NOVÉ GENERACE

KOMPLEXNÍ  
SLUŽBY V POP

LENTIKULÁR  
V POHYBU



permanentní  
grafika

www.crystalpicturelight.com



vyměnitelná  
grafika

www.crystalsignlight.com



FULL SERVICE

P.O.S. DISPLAYS

SHOP - IN - SHOP

IN-STORE  
COMMUNICATION

VISUAL  
MERCHANDISING

EN ISO 9001:2009  
EN ISO 14001:2005



zoom a animační efekt



flip efekt

www.lenticularinmotion.com



patentované technologie

# Freeboard®

Feel FREE to show up!

## FREEBOARD EUROPE s.r.o.

**Adresa společnosti:**

Pod Krejčárkem 975/2  
130 00 PRAHA 3

**Kontaktní osoba:**

Alice Rampulová

**Telefon:**

+420 728 644 444

**e-mail:**

rampulova@freeboard.cz

**Webové stránky:**

www.freeboard.cz

**Charakteristika společnosti:**

Freeboard Europe s. r. o. je česká společnost, která už řadu let úspěšně působí v oblasti sales promotion. Díky vynikající kvalitě produktů podpory prodeje si společnost Freeboard získala dobrou pověst nejen na domácím trhu, ale i v zahraničí. Portfolio produktů naší společnosti obsahuje velké množství různých druhů a typů pomůcek podpory prodeje, které jsou vhodné jak pro prezentaci výrobků v interiéru, tak pro venkovní reklamu. Našimi odborníky vyvinuté konstrukční systémy umožňují snadnou a pohodlnou manipulaci s nabízenými produkty, moderní výrobní postupy zaručují jejich barevnou stálost a zároveň zajišťují odolnost vůči mechanickému opotřebení i působení vnějších vlivů. Provázaný systém služeb navíc dovoluje zhotovit zadanou zakázku „na klíč“ – postaráme se o kompletní realizaci požadovaného produktu od návrhu až po bezplatnou dopravu zákazníkům. Celoživotní záruka na veškeré výrobky společnosti Freeboard je samozřejmostí.

**Reference:**

Yves Rocher • Volksbank • Unicredit leasing • Tupperware • Supraphon • Seznam  
• Scania Czech Republic • Profimed • Pompo • Podravka - Lagris • Nestlé • Modrá pyramida • Mitas • Meopta • Maspex Czech • Charouz • Hyundai • Euronics • Emco  
• E.ON • Dibag • CCC • Burger King • Bosch • Bohemia Sekt • Avon • ABB a další.

# Freeboard®

Feel FREE to show up!

www.freeboard.cz



## MOBILNÍ PREZENTAČNÍ SYSTÉMY



## >| HUDBA / BACKGROUND MUSIC /

### Víte, že hudba pozitivně motivuje Vaše zákazníky?

Poradte se s námi, jaká hudba je pro Vás ta nejlepší.

Vhodným výběrem hudby doplníte celkovou image Vaší značky a vytvoříte příjemnou atmosféru pro Vaše návštěvníky nebo zákazníky. Řešení pro Vás zahrnuje konzultaci, dodání obsahu, dodání a instalaci technologií včetně následného servisu a údržby.

## >| VŮŇĚ / SCENT MARKETING /

### Víte jak voní Vaše značka?

Pokud nevíte, pomůžeme Vám rádi s výběrem vhodné vůně.

Odlište Vaši značku a podtrhněte její styl. V našem katalogu vůní se ta Vaše určitě najde. Nabídka zahrnuje škálu vůní od svěžích citrusových plodů, přes lákavé květinové až po vůně, které uklidňují ducha terapeutickým účinkem. Nabízíme technické řešení, které dokáže odstranit nepříjemný zápach a obsloužit prostory od 20m<sup>2</sup> až do 4000 m<sup>2</sup>.

## >| VIZUÁLNÍ OBSAH / DIGITAL SIGNAGE /

### Víte, že vizuální vnímání tvoří 80% podnětů, které člověk musí zpracovat?

Proto je důležité mít pro vizuální komunikaci kvalitní obsah. My ho pro Vás máme.

Můžete si vybrat připravenou tematiku v naší multimediální databázi nebo pro Vás vytvoříme obsah dle Vašeho přání. Využijte naše zkušenosti s multimediální komunikací. Navrhne Vám koncepci vizuální komunikace a budeme se starat o pravidelnou aktualizaci Vaší prezentace.

## >| HUDBA



## >| VŮŇĚ



## >| VIZUÁLNÍ OBSAH



# GREP

**GREP design s.r.o.**

**Adresa společnosti:** Vážného 10, Brno 621 00

**Kontaktní osoba:** Ing. Marek Sabo

**Telefon:** +420 543 238 107

**e-mail:** grep@grep.cz

**Odkaz na webové stránky:** www.grep.cz

**Charakteristika společnosti:**

GREP se dlouhodobě zaměřuje na práci se značkou ve všech jejích fázích. Od vytvoření a uvedení na trh, následné podpory v místě prodeje až po realizaci značkové prodejny.

**GREP je kreativní tým, který zajistí veškerý komfort a podporu prodeje Vaší značky.**

**Reference – klienti:**

**SONY, Toshiba, ETA, Merida, ALZA.cz, Dormeo, GTS, Plastkon, AZ Pokorný, City Bank, Sykora kuchyně, Atlas.cz, Intel, Samsung**

**WWW.GREP.CZ**

# KREATIVNÍ ŘEŠENÍ PRO IN-STORE KOMUNIKACI



**GREP** { Visual Merchandising / Retail Design /  
Brand Building / Consumer Competitions /  
Corporate Identity

**SONY SAMSUNG eta alza.cz TOSHIBA**  
**citibank intel Sykora®**



# eclipse.

## Eclipse Print a. s.

### Adresa společnosti:

U Nákladového nádraží 3149/6  
130 00 Praha 3

### Kontaktní osoba:

Obchodní oddělení

### Telefon:

+420 283 012 555

### e-mail:

prague@eclipse-print.com

### Webové stránky:

www.eclipse-print.com

### Charakteristika společnosti:

Společnost Eclipse je výrobce velkoplošné venkovní i vnitřní grafiky a POS produktů, hlavně reklamních stojanů a poutačů. V nepřetržitém provozu vyrábíme billboardy, abribusy, megaboards, vlajky, samolepky, autoplachty. Zvláštní pozornost věnujeme produkci kartonových stojanů a veškerých dalších shop displejů z plastových a pěnových desek.

Specializujeme se na kvalitní velkoformátový tisk s využitím moderních technologií pro ofset, sitotisk, digitální tisk a termotransfer. Kromě papíru, vlnité lepenky a kartonu potiskujeme veškeré flexibilní i deskové materiály a textilie.

Vlastní POS studio vyvíjí a připravuje návrhy a modely dle požadavků zákazníků. Disponujeme kompletním technologickým vybavením pro zpracování kartonáže (tepelná laminace, kaširování, výsek, lepení, balení) a rovněž dokončovacími technologiemi převážně pro digitální tisk (svažování, laminace, řezání a frézování, šití), vše bez nutnosti kooperace a subdodávek.

Zajišťujeme veškerou logistiku, uskladnění, aplikaci samolepek na dopravní prostředky, vyvěšování plachet a další služby.

K dispozici máme moderní technologické zázemí čtyř tiskáren, které svým rozmístěním v Polsku, České republice, Maďarsku a Slovinsku velmi dobře vyhovují potřebám středo- a východo-evropského trhu. Našich 12 obchodních kanceláří je aktivních celkem ve 22 evropských zemích.

Pracujeme kvalitně, rychle a spolehlivě, naším cílem je vstřícně vyhovět požadavkům a potřebám každého zákazníka a optimalizovat jeho náklady.

Své zákazníky respektujeme.



# eclipse.

### TECHNOLOGIE ●

- kompletní výrobní proces
- konstrukce • prepress • ofset
  - sitotisk • digitální tisk
  - dokončovací technologie • kartonáž
  - balení • instalace

### PRODUKTY ●

#### point of sale produkty

- stojany • shop displeje
- podlahová grafika

#### venkovní a vnitřní dekorace

- okenní grafika • banery • plakáty
- autografika • samolepky • vlajky

#### velkoplošná reklama

- billboardy • megaboards
- abribusy • backlighty

- plakáty • POS • vlajky
- tisk ve velkém formátu
- radostná spolupráce • uvolněná komunikace
- dokonalé produkty • lidé v pohybu

<http://www.eclipse-print.com/POS>



KATALOG PRODUKTŮ POS



### KONTAKTY ●

**Eclipse Print a. s. Praha**  
U Nákladového nádraží 3149/6  
130 00 Praha 3  
tel.: +420 283 012 555  
e-mail: praha@eclipse-print.com

**Eclipse Print a.s. Brno**  
IBC Přikop 4  
602 00 Brno  
tel.: +420 545 176 162  
e-mail: brno@eclipse-print.com

We respect clients. **eclipse.**

[www.eclipse-print.com](http://www.eclipse-print.com) ●



IDEAS  
DON'T  
WORK  
UNLESS  
WE DO.  
(TOGETHER)

**název společnosti:**

Frame B.D.D.  
Brand & Design Development

**adresa společnosti:**

Hlubočepská 701/38c, 152 00 Praha, ČR  
IČ: 25666169, DIČ: CZ25666169

**kontaktní osoba:**

Aleš Dudák

**telefon:** +420 737 266 681

**email:** dudak@frame.cz

**www:** www.frame.cz

**charakteristika společnosti:**

přemýšlíme . . . . . o smyslu věcí  
něco víme . . . . . o životě  
kreslíme . . . . . značky a obalový design  
bavíme se . . . . . nejen prací, ale i s každým, s kým si rozumíme

**reference:**

je jen málo potravinářských firem, pro které jsme nedělali design značky nebo produktového obalu.

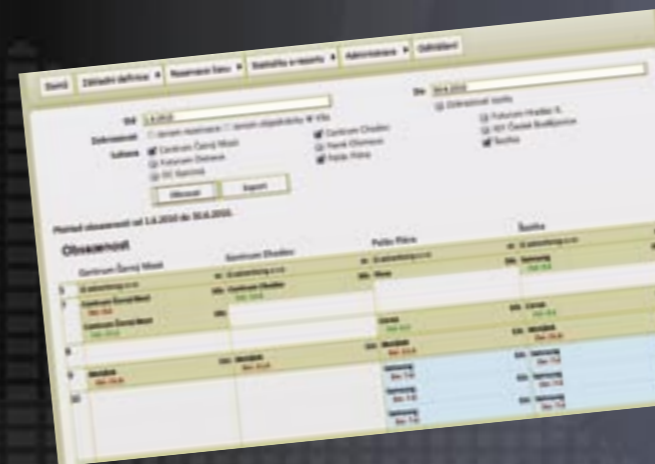
**doplňující informace:**

od roku 1993 jsme toho udělali skutečně hodně a nových příležitostí vidíme stále dost

...a to nás těší.

*Frame*





## Vizualizace

- systém odpovídající obchodnímu modelu
- příprava vizualizací
- návrh architektury systému



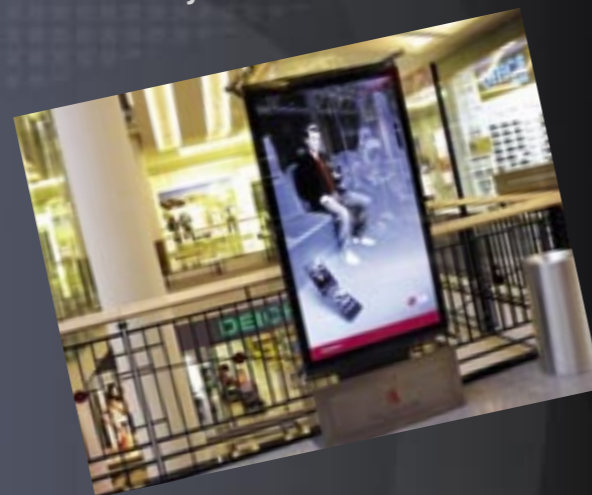
## Odbavování

- průměrné týdenní odbavení: 20 spotů za 6 hodin (ve třech různých systémech)
- webová aplikace přímo propojená s odbavovacím softwarem



## Realizace

- profesionální projektový management
- fyzická instalace systému



## Podpora

- vzdálená servisní zpráva
- profesionální analýza závad



- optimalizace pořizovací náklady
- nízké provozní náklady

Služba správy obsahu na reklamních nosičích v obchodních centrech a kinosálech.

Reference: • CineXpress, s.r.o. • Logologic Digital CZ spol. s r.o.  
• Q advertising, s.r.o. • Sapeli, a.s. • PIAF, a.s.

# Předváděcí Centrum

## Zakomponování systému Digital Signage do každodenního provozu vzorkovny

### Nový standard prezentace

- kultura interiérového designu jako konkurenční výhoda
- systém kombinuje tři zcela odlišné způsoby zobrazení a využití; odbavení zůstává na jednom místě
- systém nelimituje provozovatele – HW může využít pro své prezentace nebo jako účelové pracovní PC



prezentační zóna

produktová zóna

recepce

relaxační a informační zóna

### Webové aplikace

- informační portály
- specifické portály pro festivaly
- portály pro podporu a řízení prodeje



PIAF  
soutěžní  
web



POPAI  
přehled funkč-  
ních systémů  
DIGITAL  
SIGNAGE

Reference: • POPAI • PIAF, a.s. • SAPELI



# Hanton®

## HANTON - svetelné reklamy, s.r.o.

**Adresa spoločnosti:** Dr. Pantočku 293, Tovarníky, 955 01 Topoľčany, SR

**Kontaktní osoba:** Ing. Igor Jakubík

**Telefon:** +421 38 53 21 330

**e-mail:** obchod@hanton.eu

**Webové stránky:** www.hanton.eu

### Charakteristika spoločnosti:

Firma HANTON - svetelné reklamy, s.r.o., firma, ktorá viac ako dve desaťročia úspešne realizuje reklamné projekty. Nadobudla bohaté skúsenosti a odbornú zdatnosť. Flexibilita, kvalita a dynamika celého tímu dávajú našim klientom záruku, že všetky požiadavky sme schopní splniť k plnej spokojnosti.

Projekčno-obchodná činnosť zahŕňa od prvotného zamerania a obhliadky objektov, grafického spracovania vizuálnych návrhov, poradenstva, návrhov a technické riešenia klientom, ktorí chcú označenie, ale nemajú jasnú predstavu o jeho vizuálnom a technickom stvárnení až po spracovanie cenových ponúk a inžiniering. Vďaka tomu, že technologicko-výrobný park našej spoločnosti umožňuje spracovanie a výrobu požadovaných označení komplexne, nie sme odkázaní na subdodávky, čo má tiež svoj podiel na kvalite a nezvyšovaní ďalších nákladov.

Vlastné pracoviská s vodným lúčom, frézami a laserom sú technologicky napojené na ostatné pracoviská, majúce špičkové zariadenia. Či už presný ohraňovací lis, umožňujúci spracovanie materiálov do dĺžky až 5 m, alebo pneumatické nožnice, schopné presne deliť materiál aj okrajových formátov.

Zámočnicke pracovisko s mostovým žeriavom dáva možnosť vyrobiť nosné konštrukcie a prvky naozaj veľkých rozmerov. Vlastné pracovisko pre výrobu neónových trubíc je pre našu firmu tradičným. A ako finál je tu pracovisko pre povrchovú úpravu všetkých vyrobených produktov, ktoré si ju vyžadujú.

Čiže v skratke, naša firma je schopná dodať klientovi požadovaný produkt „na kľúč“.

### Reference:

1998: označenie budov spoločnosti Slovenské Telekomunikácie • 1999: rebranding poisťovne Otčina na novú značku UNIQA • 2002: rebranding siete značkových predajní Globtel na značku Orange • 2002-2003: rebranding siete pobočiek a budov ústredia IRB, a.s. na značku OTP BANKA Slovensko • 2003: rebranding siete pobočiek a budov ústredia PKB, a.s. na značku Dexia banka Slovensko • 1999- 2003: WEST realizácia programu jednotného svetelného značenia • 2001- 2003: Davidoff realizácia označení exkluzívnej siete trafik Davidoff • 1997- 2000: Škoda Auto - označenie predajní obchodníkov Škoda Auto Slovensko • 2004: rebranding - Slovak Telecom, a.s. • 2006: inštalácia siete pobočiek TIPOS; inštalácia siete podnikov COCA-COLA; rebranding - T-Com Čierna Hora • 2007: rebranding - OTP Banka Slovensko • 2008: rebranding - VÚB, a.s. • 2009: rebranding siete pobočiek a budov ISTROBANKA, a.s. na značku ČSOB, a.s. • 2011: branding a servisovanie siete pobočiek UniCredit Bank Slovakia

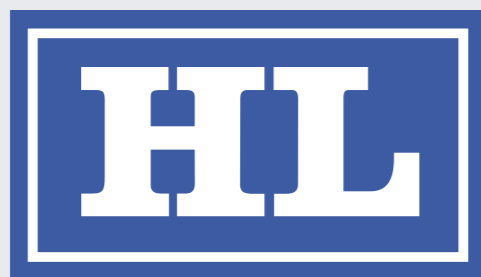
### Další doplňující informace:

Sme spoločnosť, ktorá na Slovensku úspešne zvládla zrealizovať najväčší počet rebrandingov prestížnych spoločností.

www.hanton.eu

**Hanton®**  
SVETELNÁ A NESVETELNÁ REKLAMA





## HL Display Česká Republika, s.r.o.

Společnost HL Display Česká republika, s.r.o. vznikla v roce 1996 jako součást švédské korporátní skupiny HL Display AB, která se pohybuje na trhu již od roku 1954. Přímou operujeme v 30 zemích a v 16 dalších jsou naše výrobky zastoupeny distributory, vyrábíme v 8 našich továrnách po světě a zaměstnáváme více než 950 zaměstnanců. Nabízíme řešení pro in-store komunikaci, POP digital signage a merchandising. Naše 50-ti leté zkušenosti v těchto oblastech nám pomáhají vytvářet a zdokonalovat prvotřídní sortiment výrobků a řešení, která respektují jak stanovený koncept prodejního prostoru, tak specifické požadavky jednotlivých výrobních kategorií.

**Adresa:** Zelený Pruh 95/97, 147 00 Praha 4 Braník

**Telefon:** +420 241 442 591

**e-mail:** sales.praha@hl-display.com

**Web:** www.hl-display.cz • www.hlbrandman.com • www.hl-display.com/wecare

## HL Display Slovensko, s.r.o.

Spoločnosť HL Display Slovensko, s.r.o. vznikla v roku 2002 ako súčasť švédskej korporátnej skupiny HL Display AB, ktorá sa pohybuje na trhu už od roku 1954. Priamo operujeme v 30 krajinách a v 16 ďalších sú naše výrobky zastúpené distribútormi, vyrábame v 8 našich továrňach po celom svete a zamestnávame viac ako 950 zamestnancov. Prinášame riešenia pre in-store komunikáciu a merchandising. Naše 50-ročné skúsenosti v týchto oblastiach nám pomáhajú vytvárať a zdokonaľovať prvotriedny sortiment výrobkov a riešení, ktoré rešpektujú stanovený koncept predajného priestoru, ako aj špecifické požiadavky jednotlivých výrobných kategórií.

**Adresa:** Haburská 49/D, 821 01 Bratislava

**Telefón:** +421 2 4920 6031

**Fax:** +421 2 4920 6037

**e-mail:** info.sk@hl-display.com

**Web:** www.hl-display.sk • www.hlbrandman.com • www.hl-display.com/wecare



Creating an attractive and selling in-store environment that strengthens the consumer's shopping experience

**BRANDMAN** HL

Bring your brand to life

HL Display's innovative solutions focusing our proven competence in primary and secondary placement of branded products for the retail industry.



## HORMA drátěný program

**Adresa společnosti:** Havlíčkova 2838, 767 01 Kroměříž

**Kontaktní osoba:** Ing. Jozef Horňák

**Telefon:** +420 602 738 604

**e-mail:** marketing@horma.cz, horma@horma.cz

**Webové stránky:** www.horma.cz

### Charakteristika společnosti:

Firma se vyznačuje nejširším sortimentem drátěných výrobků v České republice.

Vyrábíme a navrhujeme POP displeje na podporu prodeje výrobků uváděných na trh.

Každý nový produkt uvedený na trh si zaslouží být distribuován na jedinečném stojanu a proto každému zákazníkovi, který nemá jasnou představu o designu stojanu, navrhujeme design v 3D. Naším cílem je navrhnout takové stojany, které výrazně podpoří prodej Vašich výrobků. Firma sleduje celosvětové trendy prodeje, které aplikuje do Vašich projektů, čímž zásadně ovlivní nákupní rozhodnutí v místě prodeje.

I jednoduchý a cenově nenáročný stojan dokáže podstatně zvýšit Vaše zisky. Kovové stojany mají dlouhodobé využití jak v interiéru tak v exteriéru. Vyznačují se kvalitou, nosností, pevností, zajímavými cenami. Kreativitu a originalitu stojanu zvyšujeme plastovými bočnicemi, TOP kartou nebo dřevěnými doplňky. I sériově vyráběné výrobky jsme schopni doplnit nálepkami, cenovkami. Vyrábíme pultové, nástěnné, podlahové i závěsné stojany.

Na výrobky dle použití aplikujeme povrchovou úpravu: komaxit, polyethylén, zinek, chrom.

Sériově vyráběné stojany můžete nakoupit v našem e-shopu.

Nabízíme výrobků drátěných dílů i na CNC strojích.

### Reference:

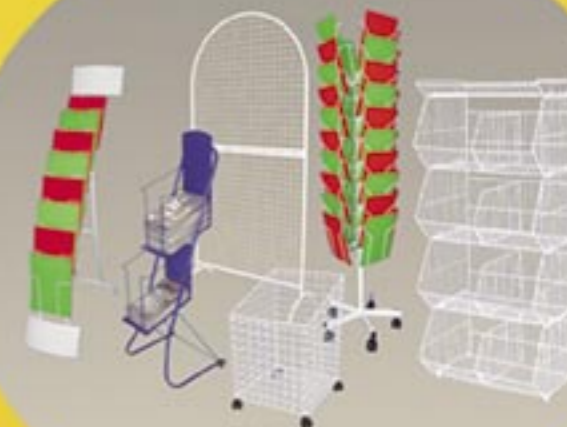
Firmy na území EU. Výrobní společnosti, obchodní společnosti, reklamní agentury, realitní kanceláře, státní organizace, výrobce nábytku, architekti.

### Další doplňující informace:

ISO 9001

Jsme spolehliví partneři, kteří umí řešit i náročné termínové situace.

www.horma.cz



E-shop  
Zakázková výroba  
Nabídkové kontejnery



Háčky  
Sítě

Reklamní vozíky  
Pultové stojany  
Firemní stojany  
Stojany na tiskoviny  
Display



tel.: 573 338 280  
e-mail: marketing@horma.cz

# MARS

## Mars Czech s.r.o.

Pražská 320  
257 21 Poříčí nad Sázavou

Telefon  
+420 317 760 111

Spotřebitelské centrum  
844 135 135

[www.mars.com/czech](http://www.mars.com/czech)



Mars Česká republika a Slovensko je součástí společnosti Mars, Incorporated, jedné z největších rodinných společností na světě.

Na česko-slovenském trhu působí společnost Mars od roku 1992.

Společnost Mars je globálně rozdělena do šesti obchodních segmentů:

- čokoládové výrobky
- výrobky pro domácí zvířata
- potraviny
- nápoje
- Symbioscience
- a nově Wrigley

[www.pedigree.cz](http://www.pedigree.cz) • [www.chappi.cz](http://www.chappi.cz) • [www.perfectfit.cz](http://www.perfectfit.cz) • [www.whiskas.cz](http://www.whiskas.cz)  
[www.vyzivapsuakocek.cz](http://www.vyzivapsuakocek.cz) • [www.peceopsa.cz](http://www.peceopsa.cz)  
[www.unclebens.cz](http://www.unclebens.cz)







## MBG, spol. s r.o.

**Sídlo společnosti:** Sadová 2323/4, 789 01 Zábřeh

**Kontaktní osoba:** Stanislav Doleček Bc., Executive manager - Shop Equipment Division

**phone:** +420 583 401 322

**e-mail:** stanislav.dolecek@mbg.cz

**web:** www.mbg.cz

### Charakteristika společnosti:

Společnost MBG se řadí mezi významné dodavatele vybavení interiérů prodejen. V oblasti prodejen čerpacích stanic je v rámci České republiky nejvýznamnějším dodavatelem.

Od svého vzniku v roce 1993 prochází firma vývojem, který postupně měnil malou obchodní firmu na výrobní organizaci. Dnes je těžiště činnosti v poskytování komplexních služeb s cílem nabídnout zákazníkovi řešení, které mu bude plně vyhovovat a odpovídat požadavkům a trendům stále náročnějšího maloobchodního trhu. V rámci těchto služeb využíváme mnohaletých zkušeností v oboru.

Důraz je kladen na vývoj nových řešení. Vlastní výroba je schopna řešit všechny požadavky dané designem a návrhem šitým na míru pro jednotlivé zákazníky.

Během roku 2008 a 2009 společnost vybudovala nový areál firmy. Přestěhování do nového centra proběhlo v září roku 2009. Nový areál poskytuje potřebné technické zázemí a odpovídající výrobní prostory pro další růst firmy a zkvalitňování služeb.

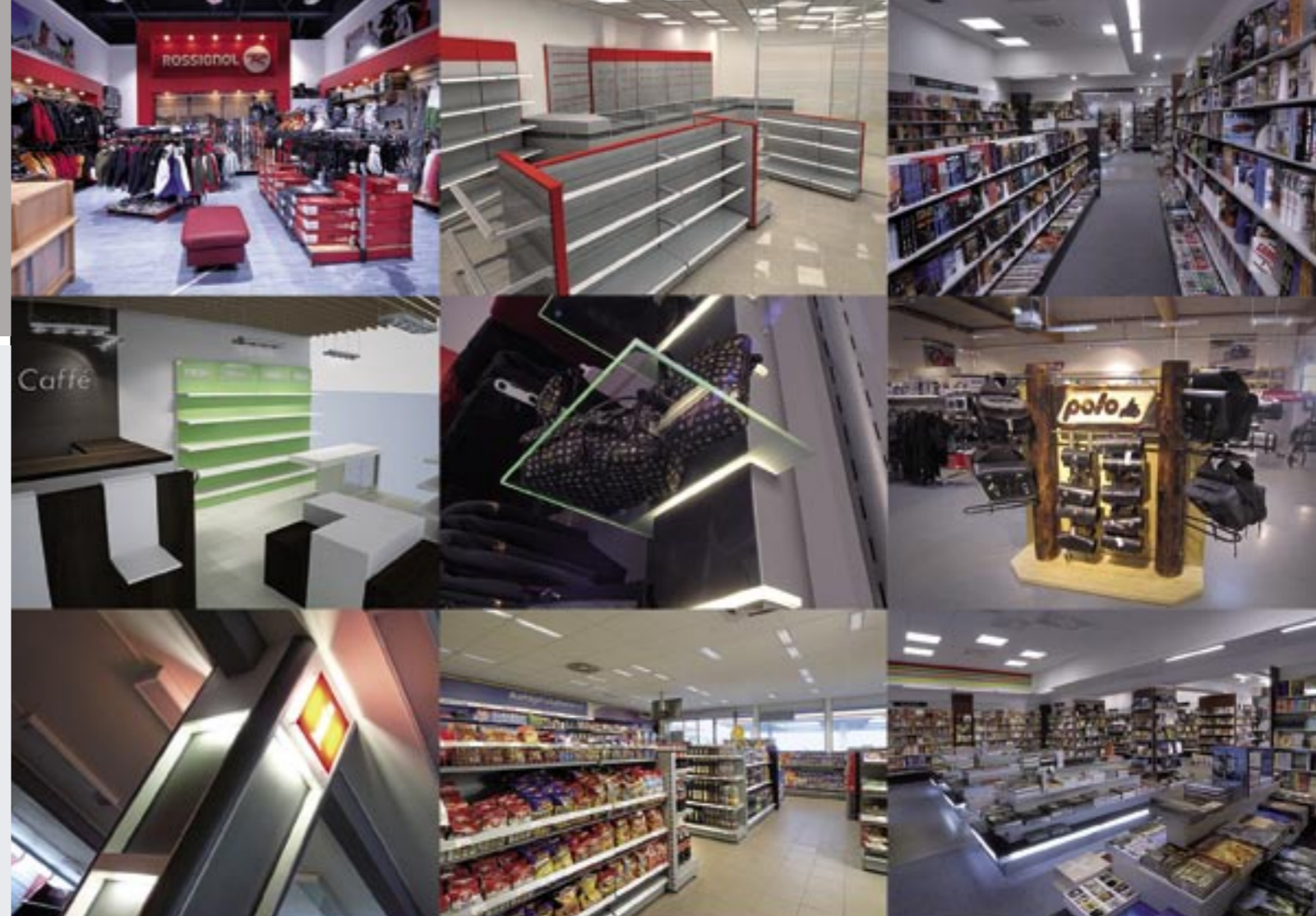
### Svým zákazníkům společnost nabízí:

- vypracování nezávazné nabídky
- CAD návrhy interiérů, vizualizace v prostoru v 3D modelech
- spolupráce se zkušenými architekty a designéry
- důkladná technická příprava, kvalitní kovovýroba a stolářská výroba s využitím špičkových technologií, prášková lakovna
- rychlá a kvalitní montáž s ohledem na provozní podmínky zákazníka
- záruční a trvalý pozáruční servis

Flexibilita, krátké dodací lhůty, vysoká užitná hodnota výrobků a kvalitní servis umožňují plně uspokojit požadavky a přání všech zákazníků.

### Reference:

**Agip** - síť čerpacích stanic ČR, SK • **BENZINA** - síť čerpacích stanic ČR • **SHELL** - síť čerpacích stanic ČR, SK • **OMV** - síť čerpacích stanic ČR, SK, AT, DE, HU, BG, RO, HR, SI, IT, BA, CS • **GECO TABAK** - síť prodejen TABÁK - TISK ČR, SK • **Pavel Dobrovský** - **BETA** - síť knihkupectví ČR • **US-ACTION** - síť prodejen počítačových her, hardwaru a softwaru GAME SHOP ČR • **JPServis** - síť prodejen smíšeného zboží PONT na nádražích ČR • **FAST ČR** - síť prodejen hodiněk Planeo Quick Time ČR • **Panasonic** - prezentační stojany na televizory a elektroniku ČR, SK • **CORIAL** - síť prodejen hodiněk a šperků ČR • **City Realex** - síť prodejen erotického zboží EROTIC CITY ČR, SK



# FRESH SHOP DESIGN

**MBG, spol. s r.o.**  
Sadová 2323/4  
789 01 Zábřeh  
Česká republika  
Tel.: +420 583 401 311  
Web: www.mbg.cz





## McCoy&Partner, spol. s r.o.

**Adresa společnosti:**

Prokopská 8, 118 00 Praha 1

**Kontaktní osoba:**

Ing. Jaroslav Novák / CEO

**Telefon:**

777 655 444

**e-mail:**

jaroslav.novak@mccoy-partner.com, agentura@mccoy-partner.com

**Webové stránky:**

www.mccoy-partner.com

**Charakteristika společnosti:**

Naším klientům dáváme přesně ten pocit, který u agentur hledají a který je stále vzácný. Pocit, že jejich značky jsou pro nás důležité, že jim rozumíme a jsou v centru naší pozornosti. Jsme součástí jejich cesty k úspěchu. Se vší kompetencí, nasazením a orientací na výsledky. Tento pocit a zkušenost jsou nesdělitelné. Je potřeba je zažít a vyzkoušet a zjistit, co je pro Vaše značky nejlepší a kde dostanou tu nejlepší péči.

Značkám nabízíme full service od strategie značky pro konkrétní cílové skupiny, její komunikace na trhu napříč vhodnými komunikačními kanály, přes aktivaci značky až po precizní exekuci kampaní nejenom v místě prodeje.

**Reference**

Nestlé • Danone • Johnson & Johnson • Jan Becher – Pernod Ricard • Bel Sýry • GE Money • Energizer • Nokia • GSK • Coca-Cola HBC • Partners • O2 • Hamé • Bonduelle • Galerie Vaňkovka • University of New York in Prague • Hamé

**Další doplňující informace**

Jsme členem asociace POPAI CENTRAL EUROPE  
a členem iBTL sekce Asociace komunikačních agentur.

WHERE  
**BRANDS**  
GET PRIME  
CARE



**NEBUDEME** VÁM UKAZOVAT NA TOMTO MÍSTĚ HROMADY NAŠÍ MINULÉ PRÁCE. CO BYLO, BYLO. KAŽDÁ ZNAČKA JE UNIKÁTNÍ A JE ZBYTEČNÉ PRACOVAT S KOPIEMI. ROVNĚŽ MÍSTO PRODEJE JE POSLEDNÍ ŠTACÍ, DO KTERÉ ZNAČKA DORAZÍ SE VŠÍM, CO PO CESTĚ NABRALA. TO, CO SE DĚJE V MÍSTĚ PRODEJE JE ZRCADLEM TOHO, CO SE UDÁLO PŘED TÍM. PO CESTĚ. MY V MCCOY&PARTNER JSME TADY, ABYCHOM NA TÉTO CESTĚ BYLI S VAŠIMI ZNAČKAMI OD ZAČÁTKU A PŘIVEDLI JE DO MÍSTA PRODEJE SILNÉ, SEBĚVĚDOMÉ, UNIKÁTNÍ A S KONKURENČNÍ VÝHODOU, KTEROU V MÍSTĚ PRODEJE PROMĚNÍ V PRODEJ. CESTA ZNAČKY JE NÁŠ CÍL. OD ZAČÁTKU. DO KONCE.

*The real McCoy*

**2011 / POPAI AWARDS**

- 1. místo, vítěz kategorie „Integrovaná kampaň v místě prodeje“ / Ballantine’s
- 1. místo, vítěz kategorie „Dárky v místě prodeje“ / Ballantine’s
- 1. místo, vítěz kategorie „Prototypy pro komunikaci v místě prodeje“ / Leerdammer

**2010 / POPAI AWARDS**

- Ocenění „Vynikající realizace“ / Nestlé / JoJo planeta / kategorie „Promostánky“
- 1. místo v kategorii „Reklamní dárky v místě prodeje“ / Ballantine’s



## M.I.P. Group, a.s.

**Adresa společnosti:** Hollarovo nám. 11, 130 00 Praha 3

**Kontaktní osoba:** Zdeněk Sobota

**Telefon:** 267 315 585

**e-mail:** sobota@mip.cz

**Webové stránky:** www.mip.cz

### Charakteristika společnosti:

Hlavní aktivitou společnosti M.I.P. Group je realizace zahraničních a tuzemských výstav a veletrhů. Další dnes již neodmyslitelnou součástí této činnosti je organizace mezinárodních konferencí a seminářů, jejichž vysokou úroveň oceňuje zejména mediální veřejnost. Společnost M.I.P. Group se v době boomu venkovní reklamy v České republice etablovala nejen jako uznávaný subjekt v oblasti indoorové a neonové reklamy, ale i v souvisejících oborech jako jsou reklama v klíčových mediátypech a kompletní tiskové služby.

Mediální aktivity M.I.P. Group byly před časem rozšířeny o projekty na prezentaci České republiky v zahraničí. Společnost má zkušenosti s prací se zahraničními médii z klasického mediamixu: TV, TISK, OUTDOOR, ROZHLAS, INTERNET. Součástí mediálních kampaní v zahraničí je také práce s ambientními médii, která jsou dnes klienty stále častěji vyžadována. Významné mediální kampaně realizujeme nejen v Evropě a Americe, ale i na asijských trzích.

Nabízeným spektrem aktivit a vysoce odbornou realizací projektů vychází M.I.P. Group vstříc klientům, kteří požadují profesionální a efektivní řešení komunikace v uvedených oblastech.

Společnost M.I.P. Group úzce spolupracuje se svojí sesterskou společností M.I.P. Advertising, která je jako provozovatel reklamních ploch na letišti Praha Ruzyně významným subjektem na české scéně out of home.

19. ročník veletrhu reklamy, médií, polygrafie a obalů

20.–22. 3. 2012

Výstaviště Praha – Holešovice

reklama  
polygraf  
2012

## 3 DNY PLNÉ NOVINEK!

Sign Invent!on, Inspirace tiskem,  
LED Arena, Vazba knih rychle a jednoduše,  
Grafické fórum, Neon Arena, Můj obal, Sekce Event

Reklamní experti, polygrafové, grafici,  
designéři, architekti, fotografové, studenti,  
a zvědavci přijďte...

# ...uchopte příležitost.



[www.reklama-fair.cz](http://www.reklama-fair.cz)  
[www.facebook.com/reklamapolygraf](http://www.facebook.com/reklamapolygraf)





## Mladá fronta a.s.

**Adresa společnosti:** Mezi Vodami 1952/9, 143 00 Praha 4 - Modřany  
IČ: 49240315, DIČ: CZ49240315

**Kontaktní osoba:** Mgr. Pavlína Míčová, PR oddělení  
Telefon: +420 225 276 484, mobil: +420 724 267 739

**e-mail:** micova@mf.cz

**Webové stránky:** www.mf.cz

### Charakteristika společnosti:

Vydavatelství Mladá fronta bylo založeno již v roce 1945 a v současné době se právem řadí mezi největší a nejúspěšnější vydavatelství domy v České republice. Svě dobré jméno staví nejen na mnohaletých zkušenostech, ale hlavně na profesionalitě, odbornosti a dynamickém růstu. Tomu logicky odpovídá i pestré portfolio titulů, které vydává.

Vydavatelství Mladá fronta vydává časopisy pro nejmenší čtenáře, silné lifestyle magazíny a stejný důraz klade na odborné tituly, které profesionálně mapují oblast ekonomiky, marketingu, obchodu, gastronomie, zdravotnictví, stavebnictví a architektury. Vydavatelství Mladá fronta od roku 2007 vydává ekonomický deník Mladá fronta E15 a v roce 2009 přichází s multiregionálním týdeníkem Mladá fronta Sedmička.

V současné době mezi nejrychleji se rozvíjející projekty vydavatelství Mladá fronta patří divize Online, která posouvá do budoucnosti nejen informační portál www.mf.cz, ale i webové stránky vybraných tiskovin a další unikátní webové projekty. Od roku 2011 vydavatelství nabízí elektronické časopisy a knihy pro iPad a Kindle. Vydavatelství Mladá fronta se velice úspěšně pohybuje i na trhu klientských titulů, kde pro své obchodní partnery v divizi Klientské tituly připravuje kvalitní firemní magazíny.

Základní filozofií vydavatelství Mladá fronta je profesionální spolupráce s těmi nejpracovitějšími a nejkreativnějšími odborníky v novinářské a vydavatelství oblasti. Ani vynikající nápad se totiž neobejde bez nadšených profesionálů, kteří jsou schopni ho uskutečnit.

Mnohaleté zkušenosti z českého trhu dávají tušit, že další úspěšné projekty vydavatelství Mladá fronta na sebe nedají dlouho čekat. Vydavatelství Mladá fronta, díky profesionálnímu přístupu a odborné znalosti redakcí, dobré marketingové strategii, seřazenosti prodejních týmů a skutečné znalosti potřeb čtenářů i inzerentů, dosahuje nejen vysokých prodejů, ale i skvělých obchodních výsledků.



- věnujeme se do hloubky podstatným věcem
- analýzy, komentáře a case studies
- každodenní dění na trhu a novinky zachycujeme na [www.strategie.cz](http://www.strategie.cz)
- více jak 100 stran informací, hodnocení reklamy, profily inspirativních lidí z branže

Předplatné na rok za 1390 Kč. Objednávejte na 800 300 302 nebo [predplatne.mf@cpost.cz](mailto:predplatne.mf@cpost.cz)



mood media

## O NÁS

Společnost Mood Media® Group, dceřiná společnost vlastněná Mood Media® Corporation, je nejvýznamnějším poskytovatelem řešení v oblasti smyslového marketingu v Severní Americe, Evropě, Asii a Austrálii.

Vytvořením hudebních profilů, vizuálních prvků identity a vůní na míru lze zapůsobit na smysly, a změnit tak vnímání obchodní značky a obchodní činnosti. Proč svoji obchodní značkou neoslovit přímo srdce a mysl současných cílových zákazníků? Podporujeme více než 116 000 komerčních subjektů a máme 35 zastoupení po celém světě, díky čemuž jsme schopni rychle poskytovat svá řešení globální klientele v globálním měřítku. Ovládáme významnou část rostoucího celosvětového trhu s hudbou, vizuálními efekty a vůněmi pro účely brandingů, jakož i s rozhlasovou a digitální reklamou.

V první řadě jsme společnost postavená na neomezené kreativitě, hluboké znalosti pokročilých technologií a především na maloobchodu. Naším cílem je uzavírat pevná partnerství se svými klienty a co nejúčinnějším a nejspolehlivějším způsobem plnit jejich marketingové cíle. Nabídka služeb Mood Media® se od základu vyvíjí, středem pozornosti však nadále zůstávají in-store média.

## POSLÁNÍ A VIZE

Poslání: Dosáhnout revolučních změn ve smyslovém marketingu prostřednictvím kreativity, nejmodernější technologie, znalosti obsahu a kvalitních zákaznických služeb.

Vize: Být největším světovým poskytovatelem služeb v oblasti smyslového marketingu a komunikací.

## REFERENCE

KFC, Marionnaud, McDonalds, Puma, Rossmann, TimeOut, Vodafone, Costa Coffee, H&M, Levis, C&A

## KONTAKT

Mood Media Group CZ, s.r.o. Čestmírova 363/I 140 00 Praha 4  
T + 420 257 211 043 | F + 420 257 221 688 | E [info.cz@moodmedia.com](mailto:info.cz@moodmedia.com) | [www.moodmedia.com](http://www.moodmedia.com)

Kontaktní osoba | Eva Chudomelová  
National Sales Manager for CZ&SK  
M 00 420 724 333 129 | E [e.chudomelova@moodmedia.com](mailto:e.chudomelova@moodmedia.com)

BACKGROUND MUSIC

SLYŠÍM

VIDÍM

DIGITAL SIGNAGE

SCENT MARKETING

CÍTÍM



## MORIS design s.r.o.

**Adresa společnosti:** Pod Stárkou 33, 140 00 Praha 4, Česká republika

**Kontaktní osoba:** Radomír Klofáč

**Telefon:** +420 222 51 22 31, GSM: +420 724 07 56 30

**e-mail:** radomir.klofac@moris.cz

**Webové stránky:** www.moris.cz

### Charakteristika společnosti:

MORIS design je přední výrobce prostředků na podporu prodeje, prodejních stojanů (POP a POS) v České republice a největší pražský výrobce reklamy. Prodejní stojany značky MORIS design najdete u zákazníků v různých koutech Evropy, Asie a USA.

Specializovaná divize se zabývá realizací komerčních interiérů na klíč. Tým Moris vyřídí vše od projektové dokumentace, stavebního povolení, po návrh autorského řešení interiéru až po samotnou stavbu a výrobu interiéru na klíč.

Společnost vyrábí veškeré druhy světelné reklamy s využitím LED osvětlení. Zabývá se výrobou orientačních systémů, které dodává do obchodních jednotek, průmyslových budov, obchodních center a areálů.

Velký důraz klade Moris na prvotřídní design. Ten prezentuje ve 3D vizualizacích. Za designové návrhy a následnou realizaci prodejních stojanů pro různé typy zboží Moris v posledních letech získal řadu ocenění.

### Reference:

ACI • adidas • AGFA photo • ASKO - Nábytek • Alpine Pro • A3 Sport • Bellinda • Bosch • Bolton • BigBoard • Bridgestone • Comperio • Crocodile • Divadlo pod Palmovkou • Ecover Belgie • Elektroworld • Fagor • FORTUNA • Feron • Gabriella Salvete • Groupe Cépovet Francie • GOODYEAR • Husky • JCB Anglie • JUB • Kenvelo • KOMWAG • KOTVA • La Bodequita • Levi's • Linde • L'Oreál • Makita Belgie • Makro • Mediatel • Národní divadlo • Nike • Nikon • Novodvorská Plaza • 02 Telefonica • Palace Cinemas • Palladium • Panasonic Energy Europe Belgie • Pekárna Kabát • Pilsner Urquell • ProLogis • Sportissimo • Student Agency • ŠKODA Auto • T-Mobile • Volný • Uniqua • Wine Food Market • T-Mobile • Zweibrüder Německo

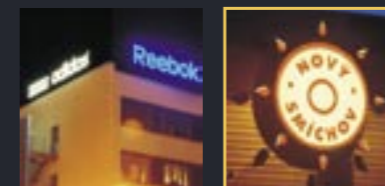
### Další doplňující informace:

Společnost má vlastní divizi zaměřenou na marketingovou komunikaci (MORIS agency) a eventovou divizi (MORIS events). Pro své klienty je tak schopna zajistit kompletní servis od tvorby marketingového plánu, přes návrhy jednotlivých projektů, až po jejich realizaci.



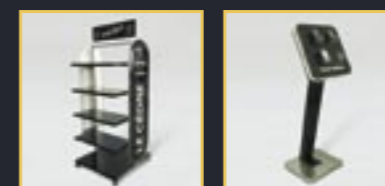
výroba reklamy | podpora prodeje | komerční interiéry  
advertising | p.o.p. | sales displays | commercial interiors

světelné reklamy



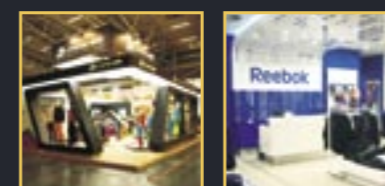
light advertising

prodejní stojany



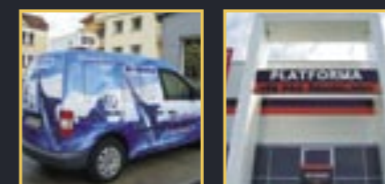
p.o.p./sales display

komerční interiéry



commercial interiors

signmaking



re/branding

orientační systémy



orientation systems

Podpoře prodeje opravdu rozumíme.

ocenění:



2006 2x  
2008 2x

2007

2008

2008

2009

2009

2010

2011

www.moris.cz

# OMD

## OMD Czech, a.s.

**Adresa společnosti:** Lomnického 1705/9, Praha 4

**Kontaktní osoba:** Petr Miláček

**Telefon:** +420 234 710 201

**e-mail:** petr.milacek@omnicommediagroup.com

**Webové stránky:** www.ombd.cz

### Charakteristika společnosti:

Jsme součástí jedné z největších celosvětových agentur specializovaných na mediální komunikaci, která investuje miliardy dolarů prostřednictvím více jak 140 poboček v 80 zemích světa.

Jsme organizace, do které přicházejí dodavatelé z médií nabízet svoje produkty a koncepty, ve které chtějí nejlepší a nejbystřejší lidé budovat svoji kariéru, a na kterou odborná veřejnost pohlíží jako standard, se kterým se všichni porovnávají.

Od svého založení 1. 6. 1993 se OMD Czech držela na první pozici mezi mediálními agenturami v realizovaném obratu v médiích a v efektivitě nákupu, v čemž OMD Czech úspěšně pokračuje.

OMD Czech v minulém roce obhájila titul Mediální agentura roku v ČR.

### Náš přístup

Nabízíme naše myšlení, náš přístup k řešení úkolů v oblasti marketingových komunikací. OMD Checkmate je proces, který pomáhá našim klientům (a nám) vyhrávat - dávat šach mat konkurenci.

OMD Checkmate představuje mnohem více, než jen mediální plánování a nákup. Je to způsob myšlení, pracovní postupy, které vedou v tvorbě inovativních a efektivních řešení v marketingové mediální komunikaci. Umožňuje našim klientům a nám významně zvýšit sílu značky.

### Reference

Mediální agentura OMD Czech pracuje pro největší zadavatele v ČR, jak z řad přímých zadavatelů reklamy, tak reklamních agentur. Více informací viz [www.ombd.cz](http://www.ombd.cz)

# OMD

## INSIGHTS • IDEAS • RESULTS

Hluboké porozumění  
vaší značce, produktu  
a spotřebitelům.

Komunikační řešení na míru.

Inovativní mediální strategie.

Důkladné taktické plánování.

Efektivní nákup médií.

Detailní vyhodnocení  
dopadu kampaní.

[www.ombd.cz](http://www.ombd.cz)

# posmedia

CZECH REPUBLIC

## POS Media Czech Republic, s. r. o.

**Adresa společnosti:** Jihlavská 1276/17, 140 00 Praha 4

**Kontaktní osoba:** Pavlína Klementová

**Telefon:** 261 198 801

**e-mail:** info@posmedia.cz

**Webové stránky:** www.posmedia.cz

### Charakteristika společnosti:

POS Media Czech Republic, s.r.o. je mediální společnost, která je na českém trhu aktivní více než 13 let. Naší specializací je reklama v místě prodeje jak uvnitř nákupních prostor tak v jeho blízkém okolí. V současné době spolupracuje s více než 145 klienty a hlavními hráči nejen v segmentu FMCG.

Jsme exklusivním partnerem řetězců TESCO Stores ČR, a.s. a Ahold Czech Republic, a.s. Zajišťujeme reklamu ve velkoobchodních střediscích Makro, hypermarketech Interspar a Kaufland. Realizujeme reklamní kampaně prostřednictvím standardních POS materiálů, digitálních nosičů, promo aktivit/ochutnávek a nově i kuponingu. Působíme také na středních i vysokých školách a v rámci čerpacích stanic Agip, Benzina, Eurooil a Lukoil.

POS Media Czech Republic, s. r. o. patří do skupiny POS Media Europe, která má pobočky ve Francii, Maďarsku, Německu, Polsku, Slovensku, Turecku, na Ukrajině a ve Velké Británii.

### Reference:

Coca Cola • Česká spořitelna • Danone • Henkel • I.D.C. Praha • Komerční banka • Kraft Foods • L'Oreal • Mars ČR • Nestlé Česko • Plzeňský Prazdroj • Procter & Gamble • Škoda Auto • T-Mobile • Unilever

### Další doplňující informace:

Jsme členy asociace POPAI od roku 2008, kde také aktivně působíme v oblasti výzkumu a sekci Digital Signage. Na měsíční bázi deklarujeme realizované kampaně v instore a indoor segmentu společností Kantar media a Admosphere. Jsme partnery projektu www.mistoprodeje.cz, který se snaží publikovat informace ze světa instore marketingu.

# REKLAMA V MÍSTĚ PRODEJE



POS Media Czech Republic | Tel: 261 198 801 | www.posmedia.cz



Název společnosti Karel Brendl - PROST  
Adresa společnosti Dílžďená 7, 552 11 Velichovky  
Telefon +420 491 880 161, 737 282 097, 737 282 093  
E-mail prost@prost.cz  
Odkaz na webové stránky www.prost.cz

Firma Prost je od roku 1991 významným výrobcem **světelné reklamy, nápisů, štítů, pylonů a orientačních systémů**. Poskytujeme služby od návrhu, statických výpočtů, přes tvorbu grafiky, konstrukci a výrobu po konečnou montáž. Máme tým zkušených pracovníků, kteří Vám poskytnou technickou podporu a zrealizují Vaše představy. Využíváme vlastní **DTP studio, velkoplošný tisk, vyřezávací plotr, gravírovací plotr, a výrobní dílnu s lakovnou**. Ve spolupráci s architekty zajistíme projektovou dokumentaci. Naším klientům stačí přijít s představou a my ji zhmotníme do efektivní reklamy. Proto jsou našimi spokojenými zákazníky školy, úřady, živnostníci, obchodníci, firmy všech velikostí a také obchodní řetězce.

Při jednání se zákazníkem dodržujeme tyto zásady:

- Plná technická podpora a osobní přístup pro každého zákazníka
- Dodáme vše od jmenovky po reklamní věž
- Zákazník dostane vždy výrobek ve vysoké kvalitě

Naše práce ve světelné reklamě byla oceněna v soutěži **DUHOVÝ PAPERSEK**.

### Obchodní řetězce



- Světelné reklamy a štíty
- Velkoplošný tisk
- Potisk plachet
- Atraktivní design pro firemní vozy

### Reklamní věže



### Světelné reklamy



**Orientační systém SPANDEX**  
eleganční orientační systém  
s mnoha prvky a maximální variabilitou

- Varianty pro exteriér i interiér
- Reprezentativní vzhled
- Rychlá výroba a montáž
- Pro montáž na zeď i samostatně stojící prvky
- Vhodný pro polep nebo gravírování

QUIX, s.r.o.

LHOTECKÁ 793/3, AREÁL GDF SUEZ, 143 00 PRAHA 4  
WWW.QUIX.CZ

CHARAKTERISTIKA SPOLEČNOSTI:

QUIX JE KREATIVNÍ AGENTURA ZAMĚŘENÁ PŘEDEVŠÍM NA EVENT MARKETING S UNIKÁTNÍ DISPOZICÍ HI-TECHNOLOGIÍ, KTERÝMI PLNOHODNOTNĚ A ZCELA ORIGINALNĚ NAHRADUJE DOPOSUD BĚŽNÉ SDĚLOVACÍ PROSTŘEDKY A REKLAMNÍ NOSIČE. HLAVNÍ MISÍ SPOLEČNOSTI QUIX JE OSVOBODIT REKLAMU OD VŠEDNOSTI A UPLATNĚNÍM TĚCHTO POKROKOVÝCH VYNÁLEZŮ POVZNĚST REKLAMNÍ PREZENTACI A KOMUNIKACI AŽ NA ÚROVEŇ „MATRIXU“.

NOVÉ TECHNOLOGIE A INTERAKTIVNÍ APLIKACE QUIX NEUSTÁLE SAMOSTATNĚ VYVÍJÍ, MNOHDY I PŘÍMO NA MÍRU DANÉHO ZADÁNÍ. SVÝM KLIENTŮM TAK MŮŽE NABÍDNOUT ZCELA ORIGINALNÍ ZPŮSOB PREZENTACE, AŽ UŽ SE JEDNÁ O SPECIÁLNÍ PROJEKČNÍ TECHNOLOGIE NA KONFERENCE, NETRADIČNÍ POUTAČE PRO REKLAMNÍ KAMPANĚ, ATYPICKÉ ŘEŠENÍ PROSTORU A SCÉNY UŽITÍM INOVATIVNÍCH A VÍCEÚČELOVÝCH DEKORACÍ, INTERAKTIVNÍ ZÁBAVU PRO HOSTY ČI SUGESTIVNÍ MULTIMEDIÁLNÍ PROGRAM NA AKCE.

QUIX SE BĚHEM DESETI LET PŮSOBNÍ NA ČESKÉM REKLAMNÍM TRHU PODEPSAL NA CELÉ ŘADĚ MIMOŘÁDNÝCH PROJEKTŮ, A PRÁVĚ DÍKY NIM VEŠEL VE ZNÁMOST JAKO HI-TECH ŽIVEL KREATIVNÍHO MARKETINGU.

REFERENCE:

KONFERENCE – ING, OVB, COCA-COLA, AHOLD, TELEFÓNICA O2  
SPOLEČENSKÉ PARTY – ADIDAS, ISOVER, IVECO, BURZA CENNÝCH PAPIRŮ  
VEŘEJNÉ AKCE – HIGHJUMP, TANEČNÍK ROKU, JOYRIDE  
GALAVEČERY – NEMOVITOST ROKU, AUTOBEST  
MÓDNÍ SHOW – TOP SECRET  
GRAND OPENING – DOLCE & GABBANA  
UVÁDĚNÍ PRODUKTŮ NA TRH – PORSCHE, NIKE, WRIGLEY, ALPINE PRO  
PROMOTION A DISTRIBUCE – PRAŽSKÁ PLYNÁRENSKÁ, O2 BUDOUCNOST PŘICHÁZÍ, VODAFONE, HYUNDAI  
GUERRILLA MARKETING – T-MOBILE, FERRERO – PAN CHLÁDEK, IKEA

KONTAKTNÍ OSOBA:

GABRIELA AL DHÁBBA  
TELEFON: + 420 723 072 551  
E-MAIL: GABA@QUIX.CZ



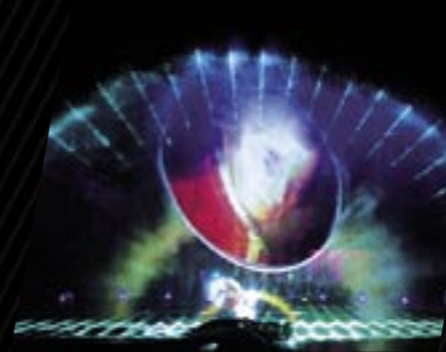
HOLOGRAFICKÝ STOJAN  
ZOBRAZÍ VAŠE LOGO ČI PRODUKT JAKO  
3D VIRTUÁLNÍ OBJEKT



INTERAKTIVNÍ PODLAHA  
S VIZUÁLNÍM OBSAHEM, KTERÝ REAGUJE  
NA KROKY PO JEJÍM PLOCHU



LASER GRAFFITI  
SVĚTELNÉ NÁPISY MALOVANÉ V REÁLNÉM ČASE  
POMOCÍ LASEROVÉHO PERA



VODNÍ STĚNA  
IMPOZANTNÍ PROJEKCE NA SOUVISLOU  
VODNÍ STĚNU VE TVARU VĚJÍŘE



MAPPING  
PROJEKCE PŘIPRAVENÁ NA MÍRU  
KONKRÉTNÍMU PŘEDMĚTU ČI BUDOVĚ



MOBILEMAN  
SEGWAY BEZ ŘÍDÍTEK JAKO IDEÁLNÍ PROSTŘEDEK  
K DISTRIBUCI PROMOMATERIÁLŮ



SPECIÁLNÍ PROJEKČNÍ STĚNY  
NEKONEČNĚ DLOUHÉ PANORAMATICKÉ  
PROJEKCE



NOČNÍ PROJEKCE  
EFEKTIVNÍ VENKOVNÍ PREZENTACE, KTERÁ  
UPOUTÁ POZORNOST NA VELKOU DÁLKU



REACTABLE  
REVOLUČNÍ NÁSTROJ PRO KOLEKTIVNÍ  
TVORBU MUZIKY



DRAGANFLYER  
SNÍMÁ FOTKY A VIDEO Z PTAČÍ  
PERSPEKTIVY



INTERAKTIVNÍ VITRÍNA  
MULTIFUNKČNÍ REKLAMNÍ NOSIČ, KTERÝ VYFOTÍ,  
UMOŽNÍ NAPSAT VZKAZ A OBOJÍ ZVEŘEJNÍ

V PODÁNÍ QUIXU  
NENÍ REKLAMA  
OPTICKÝM KLAMEM,  
ALE VIZUÁLNÍM KOUZLEM

# REDA®

## REDA a. s.

### Adresa sídla společnosti:

Hviezdoslavova 55d, 627 00 Brno Slatina, Czech Republic

### Adresy obchodních oddělení společnosti:

Brno: Hviezdoslavova 55d, 627 00 Brno Slatina

Praha: Na Břehu 468/37, 190 00 Praha 9

Plzeň: Pod Všemi svatými 17, 301 64 Plzeň

Zlín: Bratří Jaroňků 2533, 760 01 Zlín

Ostrava: Pobialova 799/15A, 702 00 Ostrava-Moravská Ostrava

### Kontaktní osoba:

recepce Brno: Ivana Jíchová, Věra Šťastná

### Telefon:

+420 548 131 111

bezplatná linka 800 13 13 13

### e-mail:

info@reda.cz

### Webové stránky:

www.reda.cz

reklamní  
a dárkové  
předměty  
na

# Každý den

REDA®



Navštivte nás ...  
alespoň virtuálně.  
Virtuální prohlídka  
na [www.reda.cz](http://www.reda.cz)

*tisíce reklamních předmětů  
nejmodernější potiskové technologie  
balicí, kompletační a logistické služby*

#### BRNO

Hviezdoslavova 55d  
627 00, Brno-Slatina  
tel.: 548 131 221  
fax: 548 131 222  
e-mail: brno@reda.cz

#### PRAHA

Na Břehu 468/37  
190 00, Praha 9  
tel.: 283 109 420  
fax: 283 109 413  
e-mail: praha@reda.cz

#### OSTRAVA

Pobialova 799/15 A  
702 00, Ostrava  
tel.: 595 131 888  
fax: 595 131 887  
e-mail: ostrava@reda.cz

#### PLZEŇ

Pod Všemi svatými 17  
301 64, Plzeň  
tel.: 373 300 614  
fax: 373 300 610  
e-mail: plzen@reda.cz

#### ZLÍN

Bratří Jaroňků 2533  
760 01, Zlín  
tel.: 577 005 841  
fax: 577 222 518  
e-mail: zlin@reda.cz

☎ 800 13 13 13, [www.reda.cz](http://www.reda.cz), [info@reda.cz](mailto:info@reda.cz)



# RETAIL VISION®

NÁVRHY A REALIZACE OBCHODNÍCH INTERIÉRŮ

**RETAIL VISION a.s.**

City Empiria Building  
Na Strži 65/1702, Prague 4, 140 62, CZ

T +420 261 141 231 E info@retailvision.cz

[www.RETAILVISION.cz](http://www.RETAILVISION.cz)

### JSME KREATIVNÍ

Zapojením našich schopností se společně chceme dostat k velmi věrnému zpodobnění vašich představ.

Design zařízení nebo celého oddělení, shop-in-shop a POP stojanu až po celkový vzhled obchodu.

Při tvorbě návrhu máme vždy na mysli praktickou i ekonomickou stránku věci a proto se např. snažíme o maximální využití standardních prvků při zachování nápaditého designu.

Vytvoříme pro vaše zákazníky místo, které je přitáhne, kde budou chtít trávit více času a utrácet více peněz.

### JSME JINÍ

Jsme zákaznicky orientováni a společně s klientem se snažíme najít řešení, které bude odpovídat jeho představám

### JSME SPOLEHLIVÍ

Zakládáme si na tom, že na čem se s klientem domluvíme, to platí.

### JSME PRECIZNÍ

Neutíkáme od rozdělané práce a ručíme za kvalitu

### JSME ZODPOVĚDNÍ

Komunikujeme s klienty na úrovni senior managementu, dbáme na zpětnou vazbu

### JSME INDIVIDUÁLNÍ

Nesnažíme se prodat již hotový produkt, chápeme, že každý zákazník je jiný a proto hledáme řešení pro každého zvlášť



VISION : POSSIBLE®

## KREATIVITA & DESIGN



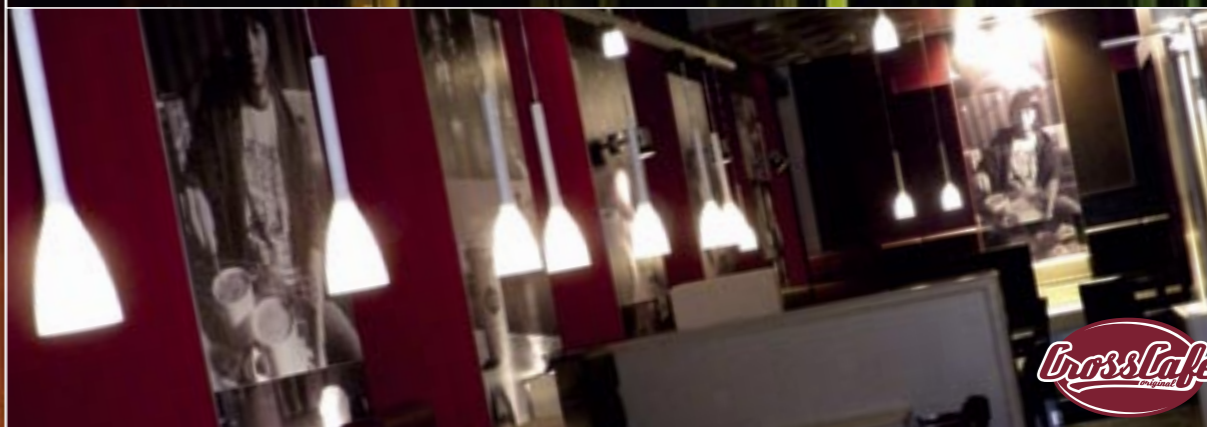
DESIGN

## REALIZACE



BAGETERIE BOULEVARD

## REALIZACE INTERIÉRŮ NA KLÍČ



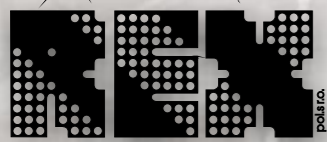
CrossLife

## PRODUKCE & REALIZACE



TESCO

VISION : POSSIBLE®



## REX spol. s r.o.

Obchodní odd.: Bubenská 20, 175 00 Praha 7  
tel.: +420 233 374 021, 233 378 129  
e-mail: rex@rex-reklama.cz

### Kontaktní osoby:

Vlastimil Král – jednatel společnosti +420 630 443 841  
Kateřina Mešková – account manager +420 733 728 633

## REX spol. s r.o.

Výroba: Na Návsí 88, 273 62 Družec  
tel.: +420 312 691 712-3  
e-mail: rex-vyroba@rex-reklama.cz

### Kontaktní osoby:

Iveta Moravcová – obchod a nákup +420 603 561 125

Společnost REX spol. s r.o. je již více jak 20 let přímým výrobcem a dodavatelem níže uvedených výrobků.

### Nabízené služby a produkty

- \* Střešní reklamy ve všech typech provedení
- \* Světelné reklamy,
- \* Neony - vlastní výroba neonových trubíc
- \* LED aplikace do všech typů reklam, přímý dovoz značkových LED modulů
- \* Signtech - velkoplošné reklamy
- \* Světelné obrazy, plovoucí písmo.
- \* Plastické písmo ve všech provedeních plexi, plast, MDF, AL, ušlechtilé kovy
- \* Firemní totemy, pylony a orientační systémy budov,
- \* Informační vitríny, CLV vitríny,
- \* Clip klap rámy, závěsné systémy
- \* Reklamní stojany v provedení kov, hliník, plast, dřevěné poutače a rámy
- \* Samolepící grafika, digitální tisk, sítotisk, transparenty, reklamní banery
- \* Prezentační systémy, POP, Roll Up, X-banery, výstavní systémy, prezentační stěny.

### Výrobní technologie

Pro výrobu používáme nejmodernější technologie. Digitální tisk, plotter, gravírování, CNC- frézování, vakuové lisování, laser, termocut, sváření TIG, MIG, CO2, lepení a tváření plexiskla a plastů, zpracování dřeva lamina a MDF. Naše společnost je přímým výrobcem neonových trubíc.

### Služby

Společnost REX spol. s r.o. Vám zajistí komplexní dodávku od řešení návrhu, zpracování statických a projektových dokumentací, včetně světelné studie. Následně provedeme kompletní výrobu a montáž. Zajistíme i následný servis a repase světelných reklam. Při dodávkách a repasi světelných reklam nabízíme ekonomický výpočet efektivity jednotlivých světelných zdrojů.

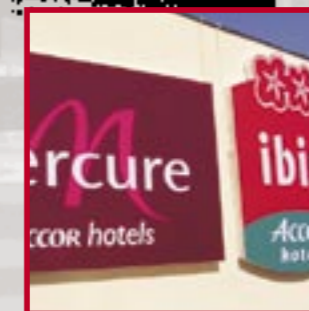
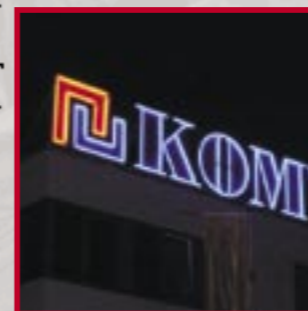
### Reference

Za celou naši historii jsme získali řadu vítězství i ocenění za naše realizace v soutěžích Strategie, Duhový paprsek a Popai CE Awards. Naše produkty a služby dodáváme řadě významných společností.



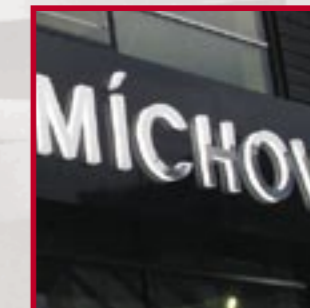
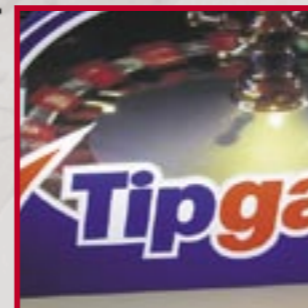
[www.rex-reklama.cz](http://www.rex-reklama.cz)

Střešní reklamy



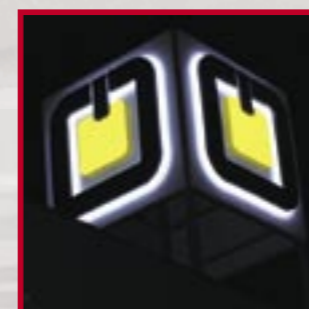
Velkoplošné reklamy

Světelné reklamy



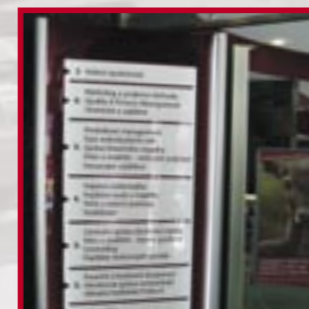
Plastické písmo

LED aplikace



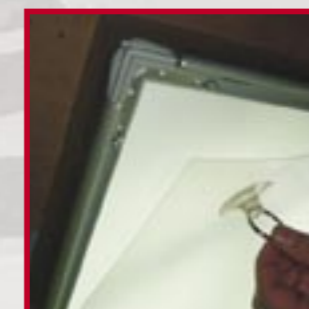
Neony

Totemy a orientační systémy



Interiérové reklamy

POP, prezentační stojany, klap rámy a poutače



### REX spol. s r.o.

Obchodní odd.: Bubenská 20, 175 00 Praha 7  
tel.: +420 233 374 021, 233 378 129  
mob.: +420 733 728 633, 630 443 841  
e-mail: rex@rex-reklama.cz

### REX spol. s r.o.

Výroba: Na Návsí 88, 273 62 Družec  
tel.: +420 312 691 712-3  
mob.: +420 603 561 125  
e-mail: rex-vyroba@rex-reklama.cz

[www.rex-reklama.cz](http://www.rex-reklama.cz)



Svetelná reklama, P.O.P. materiály

## ROSS s.r.o.

**Adresa spoločnosti:** Hollého 205/52, 015 01 Rajec

**Kontaktná osoba:** Miroslav Hodás

**Telefon:** +421 41 5422 109

**e-mail:** ross@ross.sk

**Webové stránky:** www.ross.eu • www.ross.sk • www.ross-reklama.cz

### Charakteristika spoločnosti:

Spoločnosť Ross s.r.o. so svojou viac ako 19 ročnou zákaznícky orientovanou filozofiou a tradíciou ponúka svojim klientom komplexné spektrum výrobkov a služieb v oblasti svetelnej a nesvetelnej reklamy a POS, POP materiálov. Od samotného dizajnovania a projektovania produktu, cez jeho vzorovanie a osobitnú tvorbu až po dopravu, montáž a jeho servis. Prostredníctvom komplexných a najmodernejších technológií, používaním prvotriednych materiálov, profesionálnym prístupom a špičkovým kvalifikovaným personálom uspokojuje potreby svojich klientov v desiatkach krajín sveta.

Výrobné portfólio spoločnosti zahŕňa niekoľko stoviek produktov vyrábaných veľkosériovo pre širokú medzinárodnú klientelu. Patria sem samozrejme aj individuálne projekty ocenené na medzinárodných fórach. Do portfólia produktov každoročne pribúdajú desiatky nových produktov navrhnutých a vyvinutých pre našich stálych, ale i nových klientov. Dôraz je kladený na 100%-tné naplnenie predstáv klienta s požadovanou úžitkovou hodnotou produktu s našim „prídavkom“ reflektujúcim s trendami v danej oblasti a vkladom do efektívnosti vo všetkých smeroch.

Svetelné a nesvetelné reklamy, interiérové a exteriérové brandy, regály, zásobníky, veľkoplošné reklamy a stovky ďalších produktov pre Vás dizajnuje, navrhuje, vyvíja, vyrába, dopravuje, montuje a servisuje takmer 200 zamestnancov spoločnosti Ross s.r.o.

### Reference:

Red Bull GmbH • Plzeňský Prazdroj a.s. • Pivovary Topvar, a.s. • Philip Morris International • Heineken Slovensko a.s. • Heineken Česká republika a.s. • Heineken Hungária Sörgyárak Nyrt • Slovenská Sporiteľňa a.s. • 101 Drogérie s.r.o. • AEGON Životná poisťovňa, a.s. • Castrol Slovensko, s.r.o. • Citibank Europe plc • Coca-Cola HBC Slovenská republika, s.r.o. • ENERGIZER Slovakia, spol. s r.o. • GECCO TABAK, s.r.o. • Jan Becher - Karlovarská Becherovka, a.s. • JULIUS MEINL, a.s. • K Brewery • Kofola a.s. • KOH-I-NOOR HARDTMUTH SLOVENSKO, a.s. • MATADOR Slovensko s.r.o. • Metsä Tissue a.s. • MŠK Žilina, a.s. • Neon Elite • OMV Slovensko, s.r.o. • Orange Slovensko, a.s. • OSRAM Slovakia, a.s. • Panasonic Slovakia, spol. s r.o. • PEPSI-COLA SR, s.r.o. • Philip Morris Slovakia s.r.o. • Pivovar STEIGER a.s. • SEGAFFREDO ZANETTI SR spol. s r.o. • SHELL Slovakia, s.r.o. • SONY SLOVAKIA, spol. s r.o. • TEXACO, a.s. • VÁHOSTAV - SK, a.s. • Železnice Slovenskej republiky • ZIPP BRATISLAVA spol. s r.o.

### Další doplňující informace:

V rámci ČR obchodnú a servisnú činnosť zabezpečuje:  
Ross CZ s.r.o., Husinecká 19, 130 00 Praha 3



# KOMPLEXNÍ VÝROBA SVĚTELNÉ REKLAMY A P.O.P. PRODUKTŮ



# SÁRA

•••• pomůžeme prodat.

## SÁRA s.r.o.

**Adresa společnosti:** SÍDLA SPOLEČNOSTI: Podnásepní 1a, 602 00 Brno.  
PRODEJNÍ KANCELÁŘ: Freyova 12/1, 190 00 Praha 9

**Kontaktní osoba:** Milan Fedorek

**Telefon:** Praha: + 420 283 892 140 • Brno: + 420 543 255 040

**e-mail:** info@sara.cz

**Webové stránky:** www.sara.cz

### Charakteristika společnosti:

Společnost SÁRA s.r.o. byla založena na podzim roku 1992. Sídlo společnosti a výrobní prostory jsou v Brně. Zde jsou soustředěny veškeré strojové sekce výroby (2000 m<sup>2</sup>), sklady (2500 m<sup>2</sup>) a design studio ve vlastní výrobní hale na adrese Podnásepní 1a, 602 00 Brno. Pro zajištění většího komfortu zákazníkům byla v roce 1995 založena také prodejní kancelář, showroom a sklad v Praze na Freyově ulici 12. Od r. 2001 je SÁRA členem POPAI. Členstvím v POPAI zaručuje svůj vysoký standard kvality zboží i služeb. Dnes má společnost 50 zaměstnanců a exportuje do řady zemí, v některých již má své zastoupení (Polsko, Maďarsko, Chorvatsko aj.).

Portfolio společnosti: Předměty na podporu prodeje (POS) z plastu, kovu a dřeva a dalších materiálů. Nabízíme více než 1000 druhů standardních POS materiálů k okamžitému odběru, pohodlný nákup v našem e-shopu. V profesionálním design studiu zpracujeme také 3D návrhy zakázkových řešení. Zakázková výroba tvoří více než polovinu našeho obrátu.

### Jak Vám pomůžeme prodat?

- Navrhne a vyrobíme POS a reklamní stojany, promo poutače a navigace v atraktivním designu a perfektní kvalitě.
- Zvýrazníme právě Váš výrobek v místě prodeje.
- Realizujeme kompletní interiér Vašeho prodejního místa.

**Výrobní technologie:** vstřikovo-lisování plastů, ohýbání plastů, lepení, vakuové tvarování, řezání a gravírování laserem a frézou, leštění hran. Dřevovýroba - truhlářská dílna, Kovovýroba - zámečnická dílna. Sítotisk, digitální potisk, polep fólií řezanou plotrem.

**Služby:** skladování (skladové prostory 2500 m<sup>2</sup>), balení, kompletace, distribuce - pravidelná týdenní doprava mezi Prahou a Brnem, rozvozy po celé ČR, SR, Evropě. Montáže a instalace v místě prodeje - vyškolené týmy montérů v Praze, Brně a Plzni.

**Naši zákazníci:** Coca-Cola HBC • Imperial Tobacco • Kraft • Nutricia • Philip Morris • Reckit Benckiser • Sara Lee • Telefónica O2 • Unilever • Urgo Med Com • Wrigley a mnoho dalších.

**Těšíme se na spolupráci s Vámi!**



Děkujeme vám  
za **20** let  
vaší důvěry.

**SÁRA**  
•••• pomůžeme prodat.

# SCREENET

SMART MEDIA NETWORK

## Screenet, spol. s r.o.

**Adresa společnosti:** Umělecká 588/6, 170 00 Praha 7

**Kontaktní osoba:** Ing. Jan Franěk, výkonný ředitel

**Telefon:** +420 233 310 790, +420 233 313 766

**e-mail:** franek@screenet.cz; info@screenet.cz

**Webové stránky:** www.screenet.cz

**Charakteristika společnosti:** Screenet tvoří propojenou a centrálně řízenou síť vlastních velkoplošných venkovních LED obrazovek o velikostech od 20 do 56 m<sup>2</sup>. Společnost Screenet, spol. s r. o. je dceřinou společností akciové společnosti First Advertising CZ - developera sítě venkovních velkoplošných LED obrazovek. Screenet působí od roku 2007 jako výhradní obchodní a marketingové zastoupení stejnojmenné sítě. Plochy Digital Out Of Home (DOOH) přinášejí jednoduchost a variabilitu obsahu sdělení v místech, kde se stávají dominantním a nepřehlédnutelným komunikačním kanálem. Strategie umístění LED obrazovek Screenet je inspirována trendem vysoké koncentrace lidí v prostředí multifunkčních veřejných zařízení (obchodních center MallVision) a rušných dopravních uzlů (StreetVision). V současné době provozujeme 11 vlastních velkoplošných LED/SMD obrazovek instalovaných na vnějších pláštích budov významných obchodních center v Praze a Českých Budějovicích nebo poblíž rušných dopravních uzlů. Počet obrazovek v síti Screenet každoročně roste. Obrazovky jsou ovládány online pomocí řídicího softwaru, který mimo jiné umožňuje i detailní reporting z průběhu reklamní kampaně. Rychlost realizace reklamní kampaně je do 40 minut od převzetí podkladů inzerenta. Provozní doba sítě je od 06 - 22 hod. tj. 16 hodin denně. Z hlediska plánování reklamních výdajů považujeme za velmi důležité a samozřejmě zprostředkovat trhu hodnoty výkonu naší sítě. Realizujeme různé typy kvalitativních a kvantitativních výzkumů se společností GfK Czech. Výstupy podrobuje analýze vlivů: umístění nosiče, kreativita spotu, délka spotu, frekvence opakování (četnost) spotu ve smyčce. Data z výzkumů distribuujeme ve spolupráci s výzkumnou společností MEDIÁN prostřednictvím softwaru Data Analyzer významných mediálních agenturám.

**Reference:** ALLIANZ POJIŠŤOVNA a.s. • BONTON FILM a.s. • CITY BANK • CYBEX • DATART • EUROPCAR CZECH REPUBLIK s.r.o. • HOLMES PLACE • HOLLYWOOD CLASSIC ENT. • HUMANIC • HUMANIC • INTERSPOT • JANEBA TIME • KAPPHAL • KRAFT FOODS • MASPEX • MASPEX CZECH s.r.o. • MODRÁ PYRAMIDA • NECKERMANN • NESTLE - DOLCE GUSTO • OZP • OZP Oborová zdravotní pojišťovna, a.s. • SEZNAM a.s. • ŠKODA - AUTO, a.s. • TOP 09 • VISA • VODAFONE

**Speciální operace: 3D replay** • Unikátní animační software umožňuje interaktivní řešení virtuálního zobrazení sportovních zápasů a agenturního zpravodajství, určené pro zpravodajské internetové portály, TV zpravodajství, velkoplošné obrazovky, mobilní telefony, internetové televize. • Aplikace 3Dreplay přehrává 3D situace, hokejové nebo fotbalové gólové situace, které animátoři, animují pomocí Editoru. Animace vychází z již připravených animací, které jsou spojeny morphingem. • Animátor je tak schopen reprodukovat zpravodajskou událost ve velice krátkém čase. • Uživatel v prostředí internetu může situace pomocí ovládacích prvků sledovat v různých rychlostech a z pohledu několika různě umístěných kamer (statických i pohyblivých), které lze během přehrávání dynamicky přepínat. • Velmi sugestivní je možnost přehrávání situace z pohledu jakéhokoli vybraného hráče na hřišti, či z pohledu míče/ puku, nebo účastníka nehody ve zpravodajství. • 3Dreplay je připraven pro grabing z animovaného videa ze sportovních přenosů, který je možno sestříhat z různých kamer a umístit na TV médiu nebo velkoplošné obrazovky. • 3Dreplay vyvíjí vlastní aplikace obsahující videozpravodajství určené pro mobilní média.

3Dreplay.eu pro sezónu 2012 připravuje jak hokejové, tak fotbalové zpravodajství z významných sportovních akcí MS 2012 v hokeji, EURO 2012 ve fotbale a LOH 2012 ve fotbale.

**Realizované projekty:**

- hokejový turnaj ZOH 2010 ve Vancouveru, Kanada
- MS 2010 v Gelsenkirchenu, SRN
- MS 2011 v Bratislavě, SR

SÍŤ VELKOPOŠNÝCH LED OBRAZOVEK

# SCREENET

V NEJLEPŠÍCH LOKALITÁCH



# KAŽDÝ TO VIDÍ

TREND ↑ ZÁSAH ↑ EFEKT ↑↑

# DENNĚ 260 000 LIDÍ



**Výsledky měření GfK v říjnu a listopadu 2011**

Potenciál: **560 000 kontaktů denně**. V lokalitách obrazovek se denně nachází 324 000 chodců a 236 000 automobilů. **Čistý zásah činí 261 938 osob**. Obrazovky Screenet jsou prvním měřeným outdoorovým médiem v ČR. Pohyb, vysoká kvalita obrazu, možnost častého opakování sdělení a originální kreativita jsou trendy současné outdoorové reklamy - současně digitální outdoorové reklamy - DOOH (Digital Out Of Home).

**Nová pravidla venkovní reklamy. [www.screenet.cz](http://www.screenet.cz)**



**INTERSPAR** 

## SPAR ČOS, s. r. o.

**Adresa společnosti:**

Nákupní 389/1, 102 00 Praha 10

**Kontaktní osoba:**

Ing. Martina Malcová

**Telefon:**

234 670 820

**e-mail:**

[martina.malcova@spar-cr.cz](mailto:martina.malcova@spar-cr.cz)

**Webové stránky:**

[www.interspar.cz](http://www.interspar.cz)

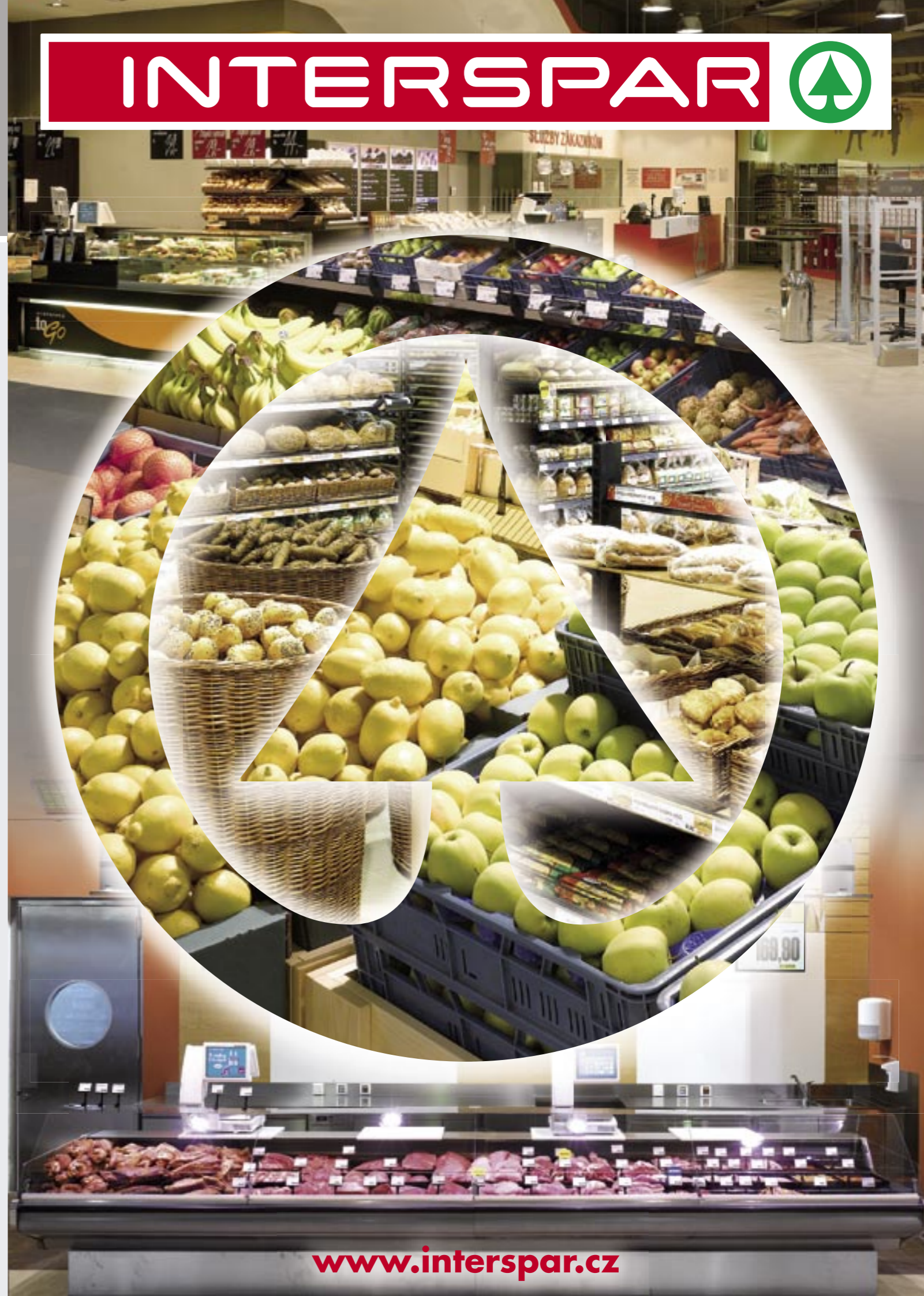
**Charakteristika společnosti:**

SPAR Česká obchodní společnost s. r. o. patří do skupiny SPAR Rakousko. Hrubý obrat z prodeje za rok 2010 činil 498 mil. eur. SPAR provozuje v České republice **39 obchodů (33 hypermarketů INTERSPAR, 5 supermarketů SPAR a 1 SPAR To Go)**, ve kterých zaměstnává přes 4 500 zaměstnanců. V listopadu 2010 byl otevřen nejmodernější hypermarket INTERSPAR v pražské **Galerii Harfa**. Od 20. dubna 2011 je zákazníkům k dispozici nový supermarket SPAR v Praze-Jahodnici. Dne 11. 11. 2011 byl v OC Lihovar Říčany otevřen nový formát prodejny s občerstvením **SPAR To Go**. Historii firmy SPAR v České republice začal psát rakouský koncern SPAR v březnu roku 1992. SPAR ČOS nabízí svým zákazníkům **široký sortiment kvalitních a čerstvých produktů**. Předností jsou úseky s čerstvými potravinami od pečiva, přes sýry, saláty a pomazánky až po velký výběr masa a uzenin. V prodejnách SPAR ČOS najdou zákazníci kromě potravinářského také zboží nepotravinářského charakteru. SPAR se hlásí k zodpovědnosti za zdravé potraviny, proto nabízí **ucelenou řadu biopotravin pod vlastní značkou SPAR Natur\*pur**, zdravou značku SPAR Vital a ucelenou řadu produktů SPAR free from, která je určena zákazníkům se speciálními stravovacími potřebami (potraviny bez lepku a bez laktózy). Dne 26. října 2011 uvedl SPAR ČOS na český trh novou prémiovou řadu těch nejchutnějších a nejkvalitnějších produktů pod vlastní značkou SPAR PREMIUM.

SPAR ČOS je rovněž provozovatelem moderních velkokapacitních **Restaurací Interspar**, kaváren Tutto Bene, Cafe Cappuccino To Go.

**Filozofii společnosti SPAR ČOS je kvalita, čerstvost a inovace.** Samozřejmostí je pro nás školení zaměstnanců, na které se budeme stále více soustředit, a komunikace se zákazníkem tak, aby byl včas informován o naší nabídce kvalitního a čerstvého zboží.

**INTERSPAR**



[www.interspar.cz](http://www.interspar.cz)

# STI GROUP

## STI Česko s.r.o.

**Adresa společnosti :**

U Libeňského pivovaru 63/2

**Kontaktní osoba:**

ing. Ivan Skopal  
sales manager

**Telefon:**

+420 733 535 313

**e-mail:**

ivan.skopal@sti-group.com

**Webové stránky:**

www.sti-group.cz

**Charakteristika společnosti:**

STI Group, firma působící na trhu již od roku 1879 je v současné době nejvýznamnějším výrobcem displejů a promočních obalů v Evropě. Disponuje 12 výrobními závody v Německu, Polsku, České republice a Maďarsku. K jejím zákazníkům patří asi polovina největších evropských výrobců spotřebního zboží / FMCG / a vedoucí zástupci výrobců průmyslového zboží a prodejců.

V České republice se firma STI ve svém výrobním závodě Rumburk zabývá hlavně výrobou displejů a promočních obalů z lepenky. Tiskovou technologii je ofsetový potisk, výsek probíhá na plošných raznicích. Firma zajišťuje také následné lepení, kompletaci a dopravu k zákazníkům.

Kolektiv obchodních zástupců, konstruktérů a designérů je schopen zákazníkům ve velmi krátké době navrhnout a představit řešení jakéhokoliv zadání. STI Group je propojena globální datovou sítí a všichni vývojáři i designéři disponují obrovským zdrojem dat a technologických informací.

Důležitou součástí nabídky STI Group jsou také permanentní displeje, při jejichž výrobě se používají řešení z více materiálů, jako je plast, dřevo, kov. Výroba těchto displejů je realizována ve vybraných evropských závodech.

**STI** GROUP





## Store Media, s.r.o.

**Adresa společnosti:** Záhorácka 2, 811 04 Bratislava, SK

**Kontaktní osoba:** Henrich Sikela

**Telefon:** +421 903 614 800

**e-mail:** sikela@storemedia.eu

**Webové stránky:** www.storemedia.eu

### Charakteristika společnosti:

STORE MEDIA působí na trhu od roku 2002. Jsme významným hráčem na trhu v oblasti poskytování specializovaných smyslových marketingových služeb. V současnosti nabízíme marketingové řešení pomocí nejžádanějších médií:

- Audiomarketing
- Digital Signage
- Aromamarketing

Primárně se věnujeme výrobě in-store rádií pro obchodní řetězce. Převážná část obchodních řetězců jako je Tesco, Metro, Billa, Hypernova a pod. ...už dnes disponuje vlastním vysíláním bez rušivých elementů komerčních rádií. STORE MEDIA jako lídr na trhu provozování in-store rádií v ČR i SR zastupuje exkluzivně nejvíce obchodních řetězců při prodeji reklamy v jejich in-store rádiích. Tento typ média působí přímo v místě prodeje, kterým projde týdně několik miliónů lidí, umí oslovit potenciální zákazníky za cenu, která je v některých řetězcích pod úrovní CPT 1 EUR. Kromě toho STORE MEDIA provozuje in-store TV v Metro Cash & Carry na Slovensku.

Všechna naše média je možné použít na komunikaci s výborným pokrytím, ale také jako regionální médium, tedy vysílání lokálního charakteru jen na vybraných prodejnách.

Prostřednictvím aromamarketingu pomáháme svým klientům v silném konkurenčním prostředí dodat své značce nejen osobitý rozměr, ale zároveň ovlivňovat emoce a chování svých zákazníků v místě prodeje.

### Reference:

Provozujeme rádio např. v obchodních sítích

ČR: Tesco rádio, Makro rádio, Rossmann rádio,

SR: Tesco rádio, Hypernova rádio, Metro rádio, Terno rádio, Carrefour rádio, Albert rádio

### Další doplňující informace:

Pobočka Praha:

Store Media CZ, s.r.o., Zoubkova 1203/8, 150 00 Praha 5

Tel.: +420 734 826 694, Mail: storemedia@storemedia.eu



## Store Media

Lídr na trhu In store rádií v České a Slovenské republice

Provozujeme bezmála 30 síťových rádií, vytvořených vždy speciálně pro klienta. Zajišťujeme provoz METRO TV v obchodní síti METRO na Slovensku.

Vybereme pro Vás nejvhodnější obchodní řetězec a připravíme pro Vás nejvýhodnější cenovou nabídku.



## IN STORE RADIO

In-store radio NEVYPNETE

In-store radio slyšíte na celé prodejní ploše

In-store radio Vám zpřijemňuje nákup

In-store radio je poradce Váš a Vašich potenciálních zákazníků

Zajišťujeme prodej reklamy v In store rádiích obchodních řetězců:

**ČR:**

Tesco, Makro, Rossmann, Kaufland, Billa, Interspar, Globus

**SR:**

Tesco, Hypernova, Metro, Terno, Carrefour, Billa, Kaufland, Albert  
+ Metro TV, Hypernova TV + Cofeeshop (dohromady 319 obrazovek)

# 100% STORY DESIGN®

## STORY DESIGN, a.s.

**Adresa společnosti:** Moravská 949, 570 01 Litomyšl, ČR

**Kontaktní osoba:** Ladislav Lána, obchodní ředitel

**Telefon:** +420 461 613 313, +420 461 313 430

**e-mail:** ladislav.lana@story-design.cz

**Webové stránky:** www.story-design.cz

### Charakteristika společnosti:

Zpracováváme návrhy a koncepce řešení prodejních míst, pomáháme zdůraznit značku v místě prodeje a poskytujeme komplexní služby v realizaci komerčních i nekomerčních interiérů a prvků na podporu prodeje.

Mezi hlavní činnosti STORY DESIGN, a.s. patří design a dodávky interiérů prodejních a komerčních prostor, design, vývoj a výroba prvků na podporu prodeje (světelné reklamy, prodejní stojany, kiosky apod.). Díky mohutným investicím do technologií na zpracování plastů, kovu i dřeva nejsme omezeni na dodávky pouze z některého materiálu. Vedle výroby prvků je samozřejmostí rozvoz a instalace a následný plný servis, stejně jako množství doplňkových služeb. Certifikovaný systém jakosti nám spolu se zkušenými odborníky pomáhá udržovat maximální kvalitu, vedoucí ke spokojenosti klientů.

Klienti STORY DESIGN, a.s. také oceňují velmi silné základy firmy v oblasti vývoje a designu – bohaté zkušenosti designérů, konstruktérů a inženýrů, sledování nejnovějších trendů v oblasti designu, práce s novými materiály – to vše zaručuje originalitu interiérů i prvků na podporu prodeje. Pro klienty zajistíme také analýzu trhu, analýzu stávajících prodejních kanálů a konkurence, zpracujeme kompletní design manuál poboček či prodejen.

STORY DESIGN, a.s. otevřela pobočky na Ukrajině, Polsku a dále má obchodní zastoupení po celé Evropě.

### Certifikáty

ISO 9001  
ISO 14001



### Reference:

#### Tabák a tisk:

IMPERIAL TOBACCO • PHILIP MORRIS •  
JT INTERNATIONAL • BRITISH AMERICAN TOBACCO  
• GECO • SAZKA

#### Telekomunikace:

VODAFONE • TELEFÓNICA O2 • KYIVSTAR •  
SAMSUNG • LG • SONY • BOSCH • PHILIPS

#### Finanční sektor:

RAIFFEISENBANK • ČESKÁ SPOŘITELNA • ČESKÁ  
POJIŠŤOVNA • UNICREDIT BANK • ČESKOSLOVENSKÁ  
OBCHODNÍ BANKA • GE MONEY BANK • KOMERČNÍ  
BANKA • VOLKSBANK • POŠTOVNÍ SPOŘITELNA  
• PROSTOFINANC • BANK PEKAO • ERSTE •  
UKRSOCBANK • EQUA BANK • BAWAK

#### Pivovary:

PLZEŇSKÝ PRAZDROJ • BUDĚJOVICKÝ BUDVAR •  
BERNARD • HEINEKEN • JEŽEK • KLÁŠTER • POLIČKA •  
LITOVEL • PRIMÁTOR • REBEL • VOTROK • STAROBRNO

#### Další:

SAMSUNG • LG • SONY • L'ORÉAL • COTY BEAUTY  
• ČSA • ETA • ŠKODA AUTO • REEBOK • TCHIBO •  
McDONALD

#### Další doplňující informace:

Počet zaměstnanců: 190

#### Kontaktní osoby STORY DESIGN, a.s. mimo ČR:

Ukrajina – Kyjev

Igor Zdorevskiy, e-mail: igor.zdorevskiy@story-design.cz

Polsko – Varšava

Roman Seidl, e-mail: roman.seidl@story-design.cz

Francie – Paříž

Sylvia Fatmi, e-mail: fatmi@story-design.cz

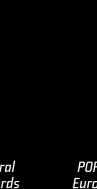
INTERIORS

OFFICE  
SYSTEMS

Building  
Brands  
Instore

P.O.P.

DESIGN



STORY DESIGN, a.s. • Moravská 949 • 570 01 Litomyšl • Czech Republic  
e-mail: info@story-design.cz

www.story-design.cz

100%  
STORY DESIGN

 **Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně**  
Fakulta multimedálních komunikací

**Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně**  
Fakulta multimedálních komunikací  
Ústav marketingových komunikací

**Adresa společnosti:**

Štefánikova 2431  
760 01 Zlín

**Kontaktní osoba:**

Mgr. Ing. Olga Jurášková, Ph.D.  
ředitelka Ústavu marketingových komunikací

**Telefon:**

+420 576 034 435

**e-mail:**

ojuraskova@fmk.utb.cz

**Webové stránky:**

www.fmk.utb.cz

**Charakteristika společnosti:**

Kreativní koncept, marketingová strategie, podpora prodeje, kvalitativní výzkum, segmentace, cílová skupina, mediální plán, guerilla, brief, kampaň, projekt... to jsou slova, která velmi často uslyšíte z úst studentů oboru Marketingové komunikace. Znalost hlubší podstaty těchto pojmů, chápání oboru marketingových komunikací v jeho plném rozsahu a širších souvislostech, dobré teoretické znalosti a možnost získat co nejvíce praktických zkušeností-to jsou východiska pro kvalitní přípravu studentů do profesního života.



přitahujeme pozornost **www.fmk.utb.cz**



## Visual Impact a.s.

**Adresa společnosti:**

U Slavie 1540/2a, 100 00 Praha 10

**Kontaktní osoba:**

Ing. Michal Augusta

**Telefon:**

+420 272 118 700

**e-mail:**

info@visualimpact.cz

**Webové stránky:**

www.visualimpact.cz

**Charakteristika společnosti:**

Jsme tým složený z odborníků, který dokáže úzce spolupracovat. Najdeme a využijeme všechny správné způsoby komunikace k budování vaší značky. Přesvědčíme vaše spotřebitele o tom, že váš produkt je jediná správná volba. Jsme schopni zkoordinovat všechny výstupy, garantujeme naši odbornost v oblastech OOH, Instore medií, POS materiálech, webové komunikaci, věrnostních i motivačních programech, grafickém studiu a produkci. Dokážeme, aby prezentace vaší značky působila jednotně a splnila očekávané cíle.

Stále se snažíme vnášet do naší práce něco nového a nebojíme se přijít i s netradičními způsoby, odpovídajícími daným požadavkům.

Každý klient je pro nás důležitý a budeme rádi, když se na nás obrátíte a budeme se moci podílet na podpoře vaší značky.

**Reference:**

Škoda Auto • Unilever • Mather Communications • Sapeli • Nestlé • IMG • Vodafone Czech Republic • Centrum Praha Jih-Chodov • Centrum Černý Most • Metropole Zličín • Galerie Harfa • OC Letňany • Wella • Datart • Bolton /Rio Mare

INSTORE  
OUTDOOR  
KREATIVA  
PRODUKCE  
VĚRNOSTNÍ  
PROGRAMY  
IMPACTBOARD  
DIGITAL  
SIGNAGE  
WASHMEDIA



www.visualimpact.cz

# Vyber

CASOPIS MANAGEMENTU OBCHODU

## Časopis Výběr

**Adresa:**

JR Media CZ s.r.o.  
Doudlebská 1046/8  
140 00 Praha 4

**šéfredaktor:**

Libor Pavlata  
e-mail: libor.pavlata@casopisvyber.cz

**vedoucí vydání:**

Jan Klika  
e-mail: jan.klika@casopisvyber.cz

**vedoucí inzertního oddělení a distribuce:**

Soňa Morávková  
tel.: 734 734 583  
e-mail: sona.moravkova@casopisvyber.cz

[www.casopisvyber.cz](http://www.casopisvyber.cz)

**INTELEKTUÁLNÍ MARKETING A INFORMACE ZE SVĚTA OBCHODU**

Chytré informace od chytrých lidí a špiček ve svém oboru – to je časopis Výběr. Přináší množství článků a rozhovorů na téma maloobchodu, marketingu a managementu.

Výběr je jiný než ostatní! Informuje o českém a mezinárodním maloobchodě, dodavatelsko-odběratelských vztazích a celkovém ekonomickém prostředí. Ve spolupráci s renomovanými agenturami analyzuje jednotlivé produktové kategorie a segmenty, nákupní chování domácností, tržní příležitosti a trendy.

Nedílnou součástí je vložený časopis In-Store. Vychází již více než 12 let a je jediným časopisem svého druhu v ČR. Informace, které nabízí svým čtenářům, mapují stav uvedeného oboru u nás i ve světě.

## ČASOPIS VÝBĚR



# VÍCE INFORMACÍ = VÍCE ZISKU

Předplaťte si úplné vydání časopisu VÝBĚR  
a získáte tak 60 až 70 stran informací,  
které Vám pomohou k zisku...

**Akční cena pro Vás na celý rok  
je pouze 499 Kč vč. DPH** (běžná cena 880 Kč)

**Volejte tel.: 734 734 583  
nebo navštivte [www.casopisvyber.cz](http://www.casopisvyber.cz)**

Časopis Výběr je předním titulem v oblasti managementu obchodu,  
zabývajícím se již více než 19 let problematikou maloobchodu,  
marketingu a prodeje. Většinu hlavních článků a z nich vyčtených  
informací získáte jenom ve Výběru.

[www.casopisvyber.cz](http://www.casopisvyber.cz)

# wellen

## WELLEN a.s.

**Adresa společnosti:** Třebostická 3165/5a, 100 00 Praha 10

**Kontaktní osoba:** Petr Šimek

**Telefon:** +420 270 004 040

**e-mail:** info@wellen.cz

**Webové stránky:** www.wellen.cz

### Charakteristika společnosti:

Zaměřujeme se na BTL a to především na podporu prodeje, komunikaci v místě prodeje a in-store design. Používáme několik strategických nástrojů a služeb na řízení marketingu, které klientům pomáhají snáze a efektivněji plánovat a realizovat in-store komunikaci.

### Nabízíme:

#### Plánování a kreativita

- Strategické plánování v místě prodeje
- Merchandising a in-store komunikace
- Store design
- Digitální média v in-store
- Monitoring provozoven
- Direct marketing

#### Vlastní produkce a výrobní kapacity

- Velkoformátový a malonákladový tisk
- Dokončovací práce - ořez, laminace, kompletace a jiné
- Příprava distribuce, balení, logistika
- Vlastní instalační kapacity v ČR a SR

### Reference - klienti:

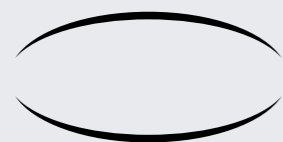
Bite • Centrum Černý Most • Hannah • Jersey Telecom • Nadace Divoké husy • OKAY elektrospotřebiče • Pepe Jeans • Rock Point • Saxo Bank • Vodafone



## Obchodní dům s in-store komunikací

Nalejte své zadání na retailovou kampaň našemu strategickému oddělení. Nechte ho prolézt nejdříve hlavami našich šílených kreativců a potom i hlavami přesných tiskáren. A nakonec všechno nainstalujeme ve vašem místě prodeje. Vše pod jednou střechou. [www.wellen.cz](http://www.wellen.cz)





# WILLSON & BROWN

## Willson & Brown Czech s.r.o.

**Adresa společnosti:**

Belgická 20, 120 00 Praha

**Kontaktní osoba:**

Jakub Teodorowski

**Telefon:**

+420 222 515 265

**e-mail:**

biuro@w-b.cz

**Webové stránky:**

www.w-b.cz

**Charakteristika společnosti:**

Utváříme tým kreativních a angažovaných expertů a naší největší vášní je vytvářet pro Vás, výjimečná řešení P.O.P. Naše dokonalé pochopení obchodních partnerů, dynamickou kreativitu, technická řešení a vynikající design, potvrzují četná mezinárodní ocenění v celé Evropě v reklamní branži.

Spotřebitelé potřebují nadchnout a pocítit unikátní dojem mezi P.O.P materiály s produktem a jeho okolím. Nejvýznamnější vlastnosti správně navrženého stojanu nebo jiného P.O.P. je to, že upoutá pozornost spotřebitele na umístěné produkty a má tak vliv na rozhodování spotřebitele o koupi. Víme, že vytvořením nevšedního systému P.O.P. dáváme spotřebitelům možnost důkladnějšího seznámení se s Vašimi produkty a nabídkou, což se odráží ve výsledcích prodeje.

To co uvidíte v katalogu je pouze část našich kreativních, výrobních a technických možností. Nejmodernější technické vybavení a zkušený tým odborníků je garancí vysoké kvality a optimalizací výrobních nákladů.

Vytvořme společně P.O.P. materiály, které budou přitahovat Vaše klienty jako magnet!

**Tým Willson&Brown Czech, s.r.o.**

# WILLSON & BROWN





product displays  
 P.O.S. & P.O.P. production  
 print management  
 in-store design  
 expo service  
 event management  
 sales promotion  
 merchandising  
 promotion gifts  
 V.I.P. gifts



**KPK**  
 displays





## Lepíky s.r.o.

### Adresa společnosti:

Podnikatelská 539, 19011 Praha 9

### Kontaktní osoba:

Ing. František Šípál

### Telefon:

736 778 083, 286 584 926

### e-mail:

obchod@lepiky.cz, fsipal@lepiky.cz

### Webové stránky:

www.lepiky.cz

### Charakteristika společnosti:

Lepíky s.r.o. – pro všechny, kteří chtějí inovovat, spolehnout se na lepení bez nýtů a hřebíků.

Pro výrobu reklamy, pro letadla, auta, solární systémy, pro technologie nového věku...

Pro reklamní agentury, pro akční balení, pro direct mailing, pro balení dárků...

Bezplatné poradenství, zelená linka, konzultace s technikem, vzorky na vyzkoušení zdarma.

Rychlý a spolehlivý e-shop

### Příklady našich výrobků:

Dot fix®, víceúčelové lepicí body, které vyrábíme v Praze 9

Lepicí pásy nejvyšší kvality

Výroba výseků i v malých baleních

Lepicí suché zipy Velcro®, výroba výseků a specialit – oválky, duo-packy

Omotávací a svazkovací zipy Velcro®

Podlahové, vizualizační a protiskluzové pásy

Eurozávěsy samolepící a středy pro montáž CD

### Lepíky... užitečné maličkosti

Lepíky® a DotFix® jsou registrované obchodní známky fy Lepíky s.r.o.



***Vy měníte sny  
ve skutečnost,  
my dodáváme  
užitečné maličkosti.***

Lepíky s.r.o., Podnikatelská 539, Praha 9, 190 11, [www.lepiky.cz](http://www.lepiky.cz)  
Tel.: +420 286 584 926, e-mail: [obchod@lepiky.cz](mailto:obchod@lepiky.cz)



# VŠE O INSTORE MARKETINGU V JEDNOM KOSÍKU...



- Poznejte své zákazníky
- Ovládněte podlinku
- Mějte efektivní reklamu v místě prodeje
- Inspirujte se zahraničními kampaněmi
- Sledujte aktivity konkurence
- Získejte přehled o investicích do reklamy

[www.mistoprodeje.cz](http://www.mistoprodeje.cz)

**místo  
prodeje**

## ■ Hlavní výhody členství v POPAI CE

### Kontakty a komunikace

- Celoroční prezentace členských společností zdarma:
  - v „Ročence POPAI CE“ (Průvodce oborem marketing at-retail): dvoustrana pro každou ze členských společností,
  - zveřejnění seznamu členských společností včetně log v rámci všech přednášek, seminářů, workshopů POPAI CE,
  - detailní prezentace členských společností na webu [www.popai.cz](http://www.popai.cz) v české i anglické verzi,
  - samostatná sekce na webu POPAI CE „Novinky členů POPAI CE“, která je určena pro firemní aktuality členů,
  - medializace členských společností POPAI CE v místě konání konference Marketing at-retail POPAI forum a soutěže POPAI AWARDS v tištěné i elektronické podobě,
  - zveřejnění seznamu členských společností POPAI CE v tištěné i elektronické podobě v rámci všech akcí, kde je POPAI CE partnerem.
- Celoroční setkání členů asociace spojená s odborným programem (diskuze, workshopy, semináře, storechecky, konference).
- Networking – příležitosti pro neformální setkání a navázání vztahů se zástupci z různých segmentů oboru a vytvoření komunikační platformy pro všechny profesionály oboru v rámci pravidelných diskuzních setkání a interaktivních seminářů o aktuálních tématech z oblasti marketingu at-retail

### Poradenství a informace z oboru

- Výměna zkušeností, know-how a kooperace pro zvýšení efektivity in-store marketingu
- Monitoring odborných informací, jako jsou průzkumy, sborníky, časopisy, odborné publikace z oboru marketing at-retail.
- Přednostní získání informací a materiálů z oboru marketing at-retail, které jsou zpracovány POPAI včetně výsledků studií v oblasti POP v tuzemsku i v zahraničí

### Rozšíření odborných znalostí v oboru marketing at-retail

- Účast zdarma na seminářích, exkurzích, setkáních u kulatého stolu a dalších akcích zaměřených na obor komunikace v místě prodeje, které organizuje asociace POPAI CE.
- Pravidelný monitoring odborných akcí (konferencí, seminářů, výstav) v ČR i v zahraničí a monitoring informací z odborných periodik z celého světa se zaměřením na trendy a novinky z retailu a POP – Bible POPAI

## ■ Make the most of POPAI CE membership

### Contacts and networking

- Year-round presentation of the POPAI CE companies free to members:
  - Company profiles within the Guide through the marketing at-retail industry: two pages for every member company
  - Presentation of the member companies list including the member logos within all seminars, workshops and the other POPAI CE events.
  - Detailed presentation of member companies on POPAI CE web-site [www.popai.cz](http://www.popai.cz) in Czech and English version.
  - Section on POPAI CE web-site „News of POPAI CE members“ encompassing current information on the member companies
  - Media coverage of member companies at the venue of the Marketing at-retail POPAI forum conference and the POPAI AWARDS,
  - Presentation of the member companies list at all professional events in which POPAI CE participates
- Cooperation with the professional media in Czech republic and abroad
- POPAI CENTRAL EUROPE newsletters
- Communication platform for all professionals operating in the in-store communication industry

### Advice and Support

- POPAI expertise, know-how and cooperation for improving the POP efficiency
- New information, documents and materials on POP industry including the research results focused on the POP effectiveness worldwide

### Increase Your Knowledge of POP

- Seminars, round table discussions, store checks, conferences organized by POPAI CE, free to members
- Regular monitoring of events focused on the in-store communication worldwide and of professional magazines from Czech republic and from abroad

- Spolupráce se zástupci a studenty středních a vysokých škol se specializací na marketingovou podlinkovou komunikaci: workshopy, soutěž POPAI STUDENT AWARD

### Účast na významných akcích POP oboru za zvýhodněných podmínek

- Účast na výstavách, seminářích a konferencích v rámci celosvětové sítě POPAI se slevou pro členy
- Zvýhodněná účast v soutěži POPAI CENTRAL EUROPE AWARDS v Praze a v celoevropské POP soutěži POPAI Paris AWARDS v Paříži
- Zvýhodněná účast na odborných veletrzích v ČR.

### Zlepšení Vaší strategie prostřednictvím průzkumu

- Účast v průzkumových projektech POPAI CE a přednostní získání výsledků:
- průzkumů v oblasti měření efektivity POP, digitálních médií, analýz spotřebitelského chování v in-store (POP očima veřejnosti, POP Advertising Display Power),
  - průzkumu, který analyzuje současný trh s dárkovými a propagačními předměty,
  - anket se zadavateli reklamy a zástupci maloobchodu o postojích k POP a o využití POP prostředků v řetězcích,
  - monitoringu investic do in-store marketingových nástrojů.

### Zvýšení důvěryhodnosti Vaší společnosti

- Definice správných morálních zásad a etického chování všech členů v rámci POP oboru na základě Etického kodexu POPAI CENTRAL EUROPE
- Možnost ovlivnit dění v oboru POP komunikace v rámci silného sdružení společnosti

### Rozšíření informovanosti a znalosti POP oboru

- Pravidelná spolupráce s odbornými médii a medializace asociace POPAI CENTRAL EUROPE v odborných časopisech v Čechách a na Slovensku zaměřených na retail a obor reklamy v místě prodeje
- Komunikace s odbornou veřejností prostřednictvím pravidelných newsletterů zasílaných na databázi kontaktů asociace v tuzemsku i v zahraničí

### Být součástí světové sítě POPAI

- Kontakty a spolupráce s kolegy v rámci celosvětové sítě POPAI prostřednictvím jednotlivých národních kanceláří POPAI

- POPAI STUDENT AWARD - the contest focused on supporting young talented creators and closer cooperation with representatives and students of universities

### Participate in the Industry's Premier Trade Events at Preferential Rates

- Discounts on shows, awards, conferences, seminars organized within the global POPAI network
- Reduced rates for entry to the POPAI CE AWARDS, Marketing at-retail POPAI and to the POPAI Paris Awards.

### Improve your Marketing Strategy through Research

- POP Effectiveness Measurement Studies
- Research with advertisers focused on the POP importance
- Research with retailers focused on the use of POP tools at the retail chains.
- POP evaluated by the general public: a comprehensive view on the POP advertising and on the point of sale environment by the customers
- Survey on "POP Advertising Display Power"
- Measuring the effectiveness of digital media,
- Analysis of the current market with gifts and promotional items

### Add to Your company's credibility

- Definition of moral principles and ethical behaviour of all members in terms of the POPAI CE Ethics code.
- Possibility of influencing the development of the POP industry within the association representing the important POP companies

### Be Part of a Global Network

- Contacts and cooperation within the global POPAI network



**POPAI CENTRAL EUROPE**

Pod lesem 132  
500 11 Hradec Králové  
ČR – Czech Republic

Daniela Krofiánová  
e-mail: dkrofianova@popai.cz  
tel.: +420 775 989 853

Marcela Pazourková  
e-mail: mpazourkova@popai.cz  
tel.: +420 608 257 701

**[www.popai.cz](http://www.popai.cz)**