

PRŮVODCE OBOREM MARKETING AT RETAIL GUIDE THROUGH THE MARKETING AT RETAIL INDUSTRY 2019



POP AI CENTRAL EUROPE je středoevropskou pobočkou světové asociace POPAI. Jsme nezisková organizace, jejímž posláním je podpora marketingu v místě prodeje.

Naše vize

Věříme, že dobré vztahy v oboru pomáhají zlepšovat komunikaci v místě prodeje.

Naše mise

Vytváříme aktivní komunikační platformu pro vzdělávání, sdílení a rozvoj oboru in-store marketing.

Jaké používáme nástroje

- Konference, semináře, workshopy, diskuzní fóra.
- Výzkum místa prodeje a jeho definice.
- Soutěže, networking a medializaci.

Naše hodnoty

- V inovacích vidíme příležitost jak rozvíjet náš obor.
- Celosvětový nadhled oprostuje od lokální slepoty.
- Jednat fér a otevřeně sdílet poznatky a zkušenosti.

ČLENOVÉ VEDENÍ POP AI CE

Daniel Jesenský

Prezident POPAI CE

Zdeněk Sobota

Viceprezident POPAI CE

Petr Šimek

Garant Klubu zadavatelů POPAI CE

Viera Černá

Garant sekce Reklamní předměty POPAI CE

Jan Slavík

Garant sekce Digitální komunikace POPAI CE

Andrea Vozníková

Členka rady POPAI CE

Martin Hasilík

Člen rady POPAI CE

Monika Hrubalová

Členka rady POPAI CE

POP AI CENTRAL EUROPE is the Central European branch of the world association POPAI. We are a nonprofit organization, our mission is to promote the marketing at retail industry.

Our Vision

We believe that good relationships help to improve the communication at the point of sale.

Our Mission

We create an active communication platform for learning, sharing and developing the in-store marketing industry.

Our Tools

- Conferences, seminars, workshops, and discussion forums.
- Research of the point of sale and its definition.
- Networking and publicity.

Our Values

- We see innovation as an opportunity to develop our industry.
- We believe a global perspective surpasses a local blindness.
- We act fairly and openly share knowledge and experience.

BOARD MEMBERS POP AI CE

Daniel Jesenský

President POPAI CE

Zdeněk Sobota

Vicepresident POPAI CE

Petr Šimek

Guarantor of Advertisers' Club POPAI CE

Viera Černá

Guarantor of section for Promotional items POPAI CE

Jan Slavík

Guarantor of section for Digital communication POPAI CE

Andrea Vozníková

Board member POPAI CE

Martin Hasilík

Board member POPAI CE

Monika Hrubalová

Board member POPAI CE

Tato publikace, kterou vydává asociace POPAI CENTRAL EUROPE, přibližuje odborné veřejnosti obor marketingu v prodejních místech (marketing at retail), jeho současný význam i směry jeho vývoje. Publikace rovněž obsahuje seznam předních společností oboru, které jsou sdruženy pod asociací POPAI CE a 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.

Obsah

- 6 Čistý objem trhu reklamy v místě prodeje v roce 2017 vzrostl o 5 %.
Net volume of the point of sale advertising market went up by 5 %
- 10 Objem trhu dárkových a reklamních předmětů
v roce 2017 přesáhl 5,9 miliard korun.
Volume of gift and promotional item market surpassed 5.9 billion crowns
- 13 Základní kritéria rentability investic (ROI) do in-store marketingové komunikace
Basic criteria of return on investment (ROI) in in-store marketing communication
- 14 Sémiotická teorie a praxe POP komunikace
Semiotic practice and theory of POP communication
- 17 EUROCIS 2019 aneb Smart and connected.
EuroCIS 2019 or Smart and Connected
- 18 Věrnostní program: PROČ se vám vyplatí a JAK na něj?
Loyalty Programme: WHY is it worthwhile and HOW can you go about it?
- 19 Retail, nový motor komunikace
Retail - a new engine of communication
- 20 Retail už není jen distribučním místem
Retail is no longer just a point of distribution
- 22 Soutěž POPAI AWARDS 2018 ocenila nejlepší realizace pro místo prodeje
POPAI AWARDS 2018 rewarded the best creations for points of sale
- 28 Studenti představili nové projekty pro místo prodeje již po dvanácté
POPAI STUDENT AWARD Students have presented new projects
for points of sale for the twelfth time
- 30 Soutěž Hvězda 3D reklamy nejlepší realizace v oblasti 3D reklamy
Star of 3D Advertising Competition - the best innovations in 3D advertising
- 32 Významné projekty POPAI CE
Significant POPAI CE projects
- 34 Členové POPAI CENTRAL EUROPE
POPAI CENTRAL EUROPE members



Daniel Jesenský

*Prezident asociace
Association President*

POPAL CE je náš společný podpis

Další rok utekl snad ještě rychleji než ty minulé, a i když jsem chtěl začít tradičně souhrnem trendů a plánů a také pozitivní zprávou o vývoji našeho trhu, který podle posledního asocičního monitoringu opět narostl o 5 %, rozhodl jsem letošní příspěvek pojmut poněkud jinak. Jednak bych se nevyhnul opakování již vyřčeného a jednak mám na srdci něco, co v této publikaci zatím ještě zřetelně nezaznělo, i když zaznít mělo.

Přemýšlím o POPAL CE a o všech, které spojuje, o těch 18 letech, které jsem zde prožil a za něž budu vždy vděčný. Naše asociace už od svého počátku dobře naplňuje své poslání, protože její členové i vedení dosud dokázali dlouhodobě fungovat v symbióze, upozadit své osobní zájmy a investovat svůj čas do smysluplné práce ve prospěch celého oboru, a to vždy za podpory věrné, vytrvalé, zkušené a vždy milé a vstřícné výkonné kanceláře. Společným jmenovatelem naší minulosti a věřím, že i budoucnosti, vždy byly jak vášně a pracovitě nasazení pro společný smysl a dílo, tak dobrý duch, který dokážeme šířit kolem sebe do široké komunity, a přilákat tak i další souputníky. Za tím vším stojí naše velkorysá otevřenost a konzistentní vize založená na schopnosti spojovat, fair play, respektu, úctě i zájmu o okolní dění, dobré nápady a inovace a především schopnost je realizovat.

Po celou dobu naší existence byly hlavními fundamenty naší činnosti vzdělávání, výzkum a oborové soutěže. Vzdělávací projekty nám nejen zprostředkovávají vědomosti, ale také možnost se pravidelně setkávat a diskutovat. Výzkum generuje znalosti a často originální propojení zájmů a subjektů na cestě za společnými cíli posunuje obor vpřed, a hlavně kolem nás a oboru udržuje pozornost, například v médiích, vznikají kolem něj nové kontakty, vzájemná poznání a vazby. Podobně jsou i soutěže

pravidelnou příležitostí nejen poměřit výsledky různé práce, nadchnout pro náš obor studenty, ale především trh inspirovat.

POPAL je na trhu dlouhodobě oblíbená, je mnoho těch, kteří nás mají rádi a uznávají naše snažení i výsledky práce. Od počátku třeba mizivý úbytek členů, výskyt konfliktů nebo průběžné vstupování členů nových, což je unikátní i v rámci světové sítě POPAL/Shop!, jen dokazuje, že jsme v asociaci spolu rádi a v soutěžitosti vidíme smysl i potenciál. Také v médiích jsme se vždy vyskytovali v pozitivních kontextech. A to vše i přesto, že máme oproti minulosti mnohem rozsáhlejší a fragmentovanější členstvo na náročnějším rozvinutém trhu.

Budme i v této turbulentní době nadále otevření, snažme se zpřístupňovat a zlepšovat náš obor, lákejme na něj pomocí aktivit a projektů, zajímejme se a propojujeme se s těmi, kteří jsou nám profesně blízcí, abychom v našem oboru povzbuzovali nadšení a vůli tvořit, umisťovat a investovat.

A také proto, abychom naše hodnoty aktivně a zřetelně zprostředkovali nové generaci, která k nám průběžně přichází z mladšího světa s novým paradigmatem, motivacemi, zkušenostmi a dovednostmi.

Při psaní těchto řádků jsem si utříbil vlastní uvědomění a snad se mi jej podařilo přenést i na vás. Pojďme i od září s novým vedením asociace pokračovat v naší úctyhodné tradici a nadále udržovat a posilovat kulturu ducha dobré vůle při společných projektech, setkáních, interakcích i pro pokrok užitečných konfrontací. To je také základní předpoklad dobrého networkingu a fungující komunikační platformy. Značka POPAL CE je náš společný podpis, a proto bychom si na něm měli vždy dávat záležet.

POPAI CE Is Our Joint Signature

Another year has passed – seemingly even faster than usual, and even though I originally wanted to start with a traditional summary of trends and plans as well as the positive news about the development of our market, which according to the latest association monitoring again increased by 5 %, I have decided to approach this year's contribution somewhat differently. In this way for one thing, I will not be repeating myself and for another I have something on my mind which has not been voiced clearly in this publication yet, although it should have been.

I am thinking about POPAI CE and about everyone that it unites, about the 18 years I have spent here for which I will always be grateful. Since its very beginning our association has fulfilled its mission very well because its members and leadership have managed to work in long term symbiosis, to put aside their own personal interests and invest their time in meaningful work for the benefit of the entire industry, always with the support of the loyal, determined, experienced but always kind and friendly Executive Office. The common denominator of our past, and I believe also that of our future, has always been passion and a hardworking commitment to a shared purpose and work, as well as the good spirit that we can spread around us penetrating the wider community and attracting other followers. Behind all this lies our generous openness and consistent vision based on the ability to associate, on fair play, respect, consideration and interest in what is happening around us, good ideas and innovation, and above all, the ability to implement them.

For the entire period of our existence the main fundamentals of our activities have been education, research and industry competitions. Educational projects not only provide us with knowledge, but also with the opportunity to meet regularly and discuss matters. Research generates knowledge and often the original interconnection of interests and entities on their way to common objectives moves the industry forward and specifically keeps us and the industry at the centre of attention, such as through the media. New contacts, mutual acquaintances and ties are

established around it. Similarly, the competitions represent regular occasions not only to compare the results of various work tasks and to get students interested in our line of business, but particularly to inspire the market.

POP

AI has been popular in the market in the long term, there are many who really like us and appreciate our efforts and the results of the work. The minute decline in membership since the beginning, occurrence of conflicts as well as continuous gaining of new members, which is quite unique even within the POPAI/Shop! world network, are just some of the facts that clearly show that we are happy to be together in the association and see unity as the purpose and potential. Similarly, we have always appeared in a positive context in the media and we have managed all that despite the fact that compared to the past we have a much larger and more fragmented member base in a more demanding developed market.

Let us continue being open even in these turbulent times, let us try to improve and make our industry more reachable, let us work towards its greater attractiveness via motivating activities and projects, let us show interest and get connected with those that are professionally close to us so that in our industry we can encourage the enthusiasm and the will to create, place and invest. We should try to do all this also for the reason of mediating our values in an active and clear manner to the new generation that continually comes to us from the younger world with new paradigms, motivations, experience and skills.

When writing these lines, I have assembled my own thoughts and hopefully I have managed to convey them to you. Let us continue our venerable tradition with the new leadership of the Association starting in September and continue maintaining and strengthening the culture of the spirit of good will in our joint projects, meetings and interactions also for the progress of useful confrontations. That is also the basic premise of good networking and a functioning communication platform. The POPAI CE brand is our joint signature, and therefore we should always take good care of it.

Čistý objem trhu reklamy v místě prodeje v roce 2017 vzrostl o 5 %.

Asociace marketingu v místě prodeje POPAI ve spolupráci s mediální agenturou OMD Czech již osmým rokem zveřejňuje výsledky projektu monitoringu investic do komunikace v místě prodeje v letech 2010 - 2017 a také informace o jejich struktuře.



Objem trhu

Informace o každém trhu jsou nutným předpokladem k základní orientaci na něm a zároveň poskytují podklady pro strategická rozhodnutí subjektů, které v oboru reklamy v místě prodeje působí. Úkolu data sesbírat a publikovat za český trh reklamy v místě prodeje se ujala POPAI CE (oborová asociace sdružující společnosti působící na trhu in-store komunikace) v úzké spolupráci s mediální agenturou roku OMD Czech.

Sběr dat probíhá kontinuálně od jara roku 2010 na třech různých úrovních, které měly za cíl zmapovat investice do produkce reklamních médií v místě prodeje. Monitoring přitom značně komplikuje skutečnost, že v marketingu na místech prodeje se aktivně pohybují stovky subjektů; zejména menší společnosti jen nepravidelně, na projektové bázi. Celkovým objemem trhu in-store reklamy rozumíme finanční objem reprezentovaný reklamními nosiči vyrobenými společnostmi se sídlem v ČR a objemem dovezených POP prostředků ze zahraničí na náš trh.

V současné době většina FMCG společností svá POP zadává a vyrábí na lokálním trhu a zároveň sami neexportují do jiných regionů. Nejčastější výjimkou je Slovensko, u kterého je obvyklé, že některé nadnárodní společnosti vyrábí a dodávají na tento trh POP media přes české pobočky.

První úroveň sběru dat jsou deklarované čisté (Net Net) finanční objemy členů asociace POPAI, realizované za kalendářní roky 2010 až 2017 bez DPH. Protože tato citlivá data mají důvěrnou povahu, jejich sběru a agregování se jako nezávislý subjekt ujalo výzkumné oddělení OMG Research mediální agentury OMD Czech. Do této úrovně monitoringu

bylo nakonec zařazeno celkem 16 nejvýznamnějších hráčů na trhu. Do monitoringu totiž každý rok vstupoval jiný počet subjektů. Z důvodu kontinuity dat a relevantního srovnání byli ponecháni jen ti, kteří dodali výsledky za celé sledované období sedmi let (případně jejich následnické firmy). Tyto subjekty deklarují v roce 2017 objem 1,72 miliardy Kč investovaných do lokální produkce POP médií. Ostatní dodavatelé jsou zahrnuti v dalších úrovních monitoringu.

Druhou částí monitoringu je čerpání informací z veřejně dostupných zdrojů, tedy informace zveřejňované dalšími hráči na trhu, zejména v obchodním rejstříku. V této úrovni bylo v roce 2017 popsáno přes 60 subjektů a doplněno heuristicko-expertním odhadem panelu účastníků trhu.

V případě, že veřejně dostupné zdroje uváděly dvě různé úrovně obrátu, byla vzata v potaz nižší varianta. Celkové číslo 5,101 miliard Kč tedy poskytuje konzervativnější odhad celkového objemu v této části monitoringu.

Třetí část projektu se týká finančního objemu reklamních nosičů vyrobených v zahraničí a instalovaných v České republice. Na toto téma proběhl kvalifikovaný odhad zainteresovaných odborníků z oboru. Objem přímého dovozu se za rok 2017 odhaduje na 1,023 miliardy Kč.

Celkový objem investic do reklamy v místě prodeje vznikl součtem uvedených tří částí monitoringu. Celkový finanční objem investovaný do produkce prostředků reklamy v místě prodeje za rok 2017 v České republice tvořil 7,85 miliard Kč. V roce 2017 tak došlo k přibližně 5% nárůstu oproti hodnotě z roku 2016.

Úroveň monitoringu (Net Net v mld. Kč bez DPH)	2012	2013	2014	2015	2016	2017
1. Deklarované obraty POPAI (sběr OMD)	1,446	1,398	1,496	1,573	1,714	1,722
2. SMB, SOHO, Obchodní rejstřík + veřejné zdroje, odhad	3,028	3,615	3,944	4,259	4,773	5,101
3. Dovoz ze zahraničí	0,895	0,752	0,816	0,875	0,973	1,023
Celkem 1. + 2. + 3.	5,368	5,765	6,255	6,707	7,460	7,846

Bohužel na trhu neexistují srovnatelné informace o investicích do produkce v ostatních mediálních kanálech. Ty jsou však v in-store komunikaci výrazně dominantní. Přímé srovnání investic do produkce POP komunikace s celkovými investicemi do ostatních médií je proto obtížné. Pro orientační představu uvádíme v tabulce níže data z monitoringu inzerce od společnosti Nielsen Admosphere. Uvedené hod-

noty vychází z bttto, resp. z ceníkových cen bez běžně poskytovaných slev a bonusů. Některé mediální agentury a experti odhadují reálné, resp. netto investice na přibližně 40-50 % z hodnot uvedených v tabulce.

Srovnání těchto údajů o mediálních investicích s investicemi do produkce in-store komunikace z našeho monitoringu je proto pouze orientační.

Media typ	2014	2015	2016	2017
TV	31 179 208 327 Kč	35 494 680 473 Kč	42 376 131 700 Kč	48 085 154 922 Kč
Tisk – ostatní	10 375 085 584 Kč	10 507 015 053 Kč	11 038 734 377 Kč	11 491 489 373 Kč
Tisk – deníky	7 494 883 227 Kč	7 379 127 687 Kč	8 007 427 341 Kč	8 026 541 331 Kč
Rádio	6 062 784 777 Kč	6 384 311 230 Kč	7 047 794 820 Kč	7 553 548 279 Kč
Outdoor	4 279 593 694 Kč	4 279 856 664 Kč	4 691 979 819 Kč	4 872 431 088 Kč
Kino	196 752 808 Kč	212 368 610 Kč	202 225 103 Kč	201 860 278 Kč
Internet	14 600 000 000 Kč	15 000 000 000 Kč	19 700 000 000 Kč	23 300 000 000 Kč

* Zdroj Internetu: SPIR, ppm factum.

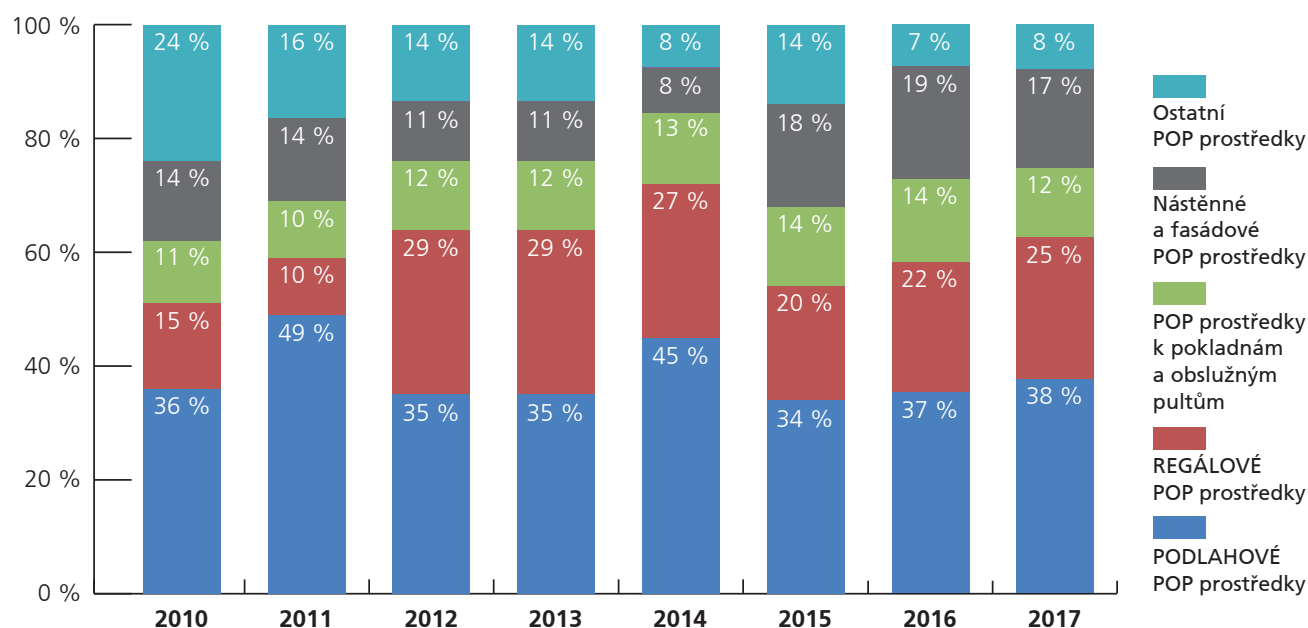
Dostupné z: <http://www.spir.cz/zadavatele-v-lonskem-roce-investovali-do-internetove-reklamy-15-miliard-korun>
 Zdroj ostatních media typů: Nielsen Admosphere (ceny TV dle sledovanosti zdroj: ATO-Nielsen Admosphere)

Struktura investic do reklamy v místě prodeje

Deklarované údaje, získané v první části monitoringu od vybraných členů asociace POPAI CE, umožňují získat podrobnější pohled na strukturu investic do tradiční POP reklamy.

Typ nosiče

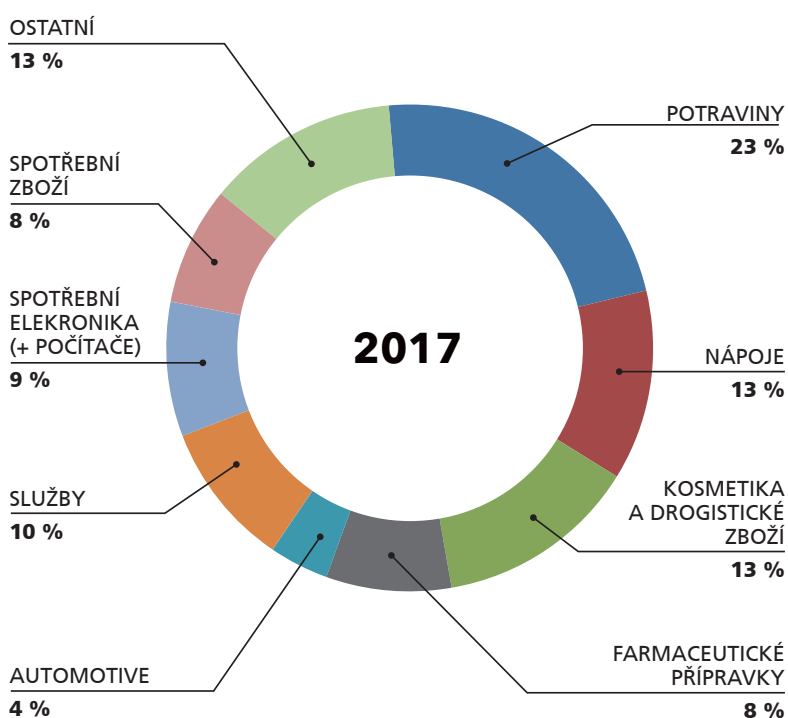
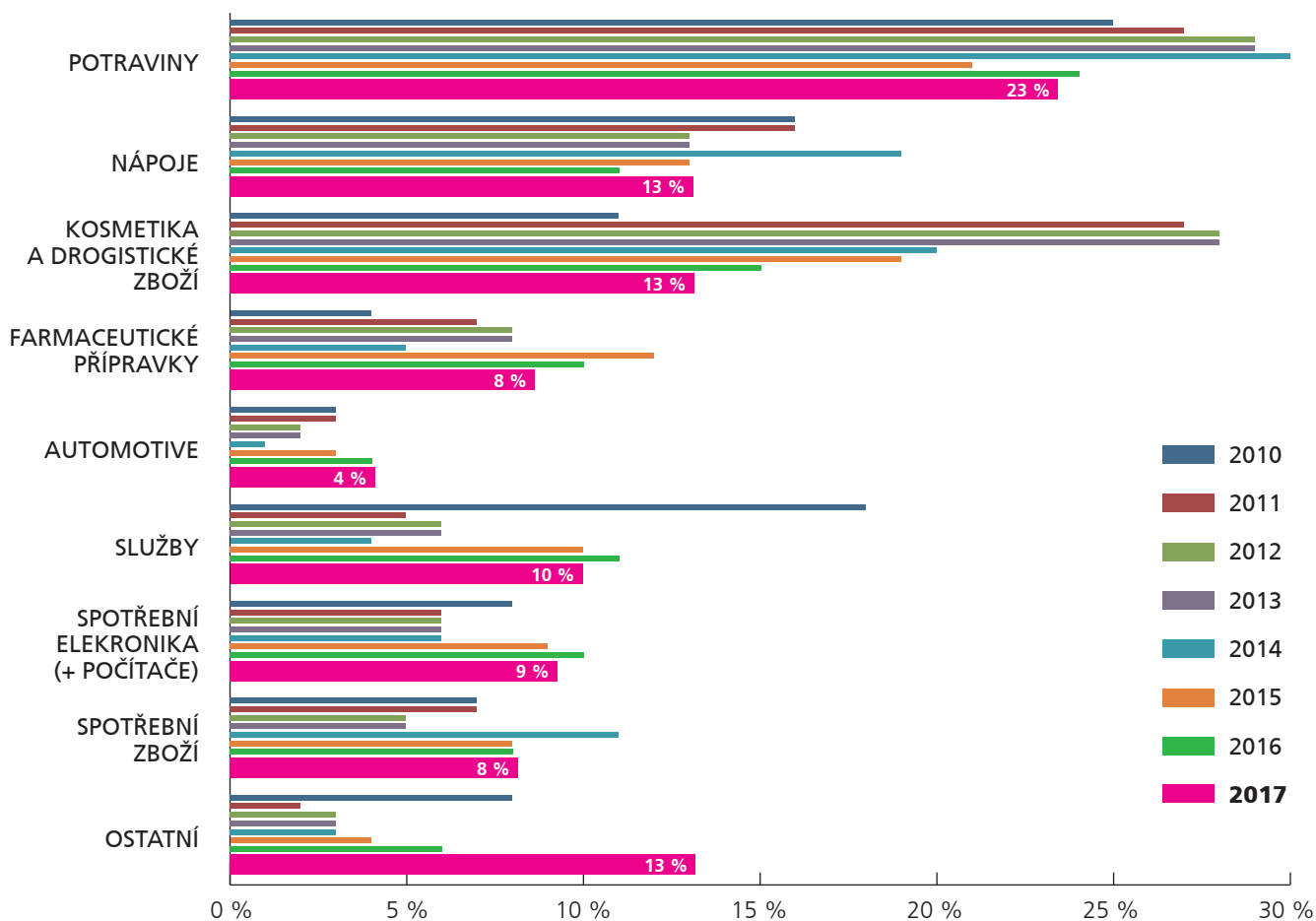
Prvním pohledem je rozdělení finančních objemů mezi jednotlivé typy tradičních POP nosičů:



Typem umístění, který reprezentuje největší objemy investic, s mírným nárůstem oproti 2016 jsou podlahové POP prostředky, které v roce 2017 mírně narostly na 38 %, následované regálovými POP prostředky s 25 %.

Produktové kategorie

Dalším pohledem jsou produktové kategorie, pro které byly POP nosiče využity. Nejčastější produktovou kategorií jsou podle očekávání stále Potraviny s 23 % finančního objemu, následované Kosmetikou a drogistickým zbožím (13 %) a Nápoji (11 %).

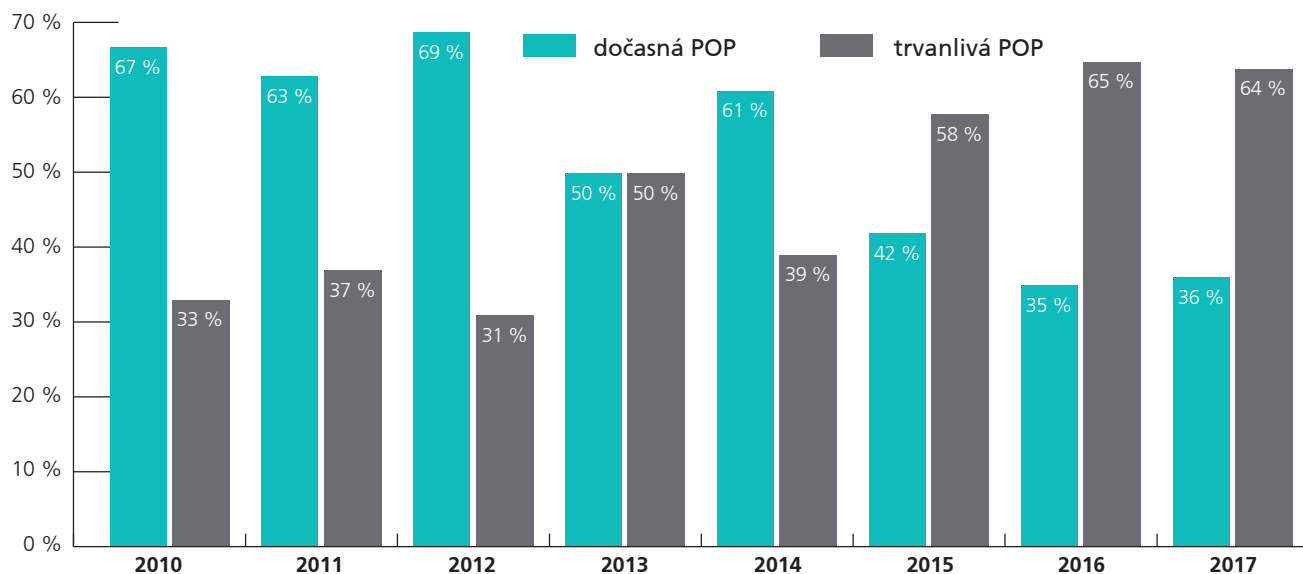


Net volume of the point of sale advertising market went up by 5 %

For the eighth year running, POPAI, an association focusing on point of sale marketing, in collaboration with the OMD Czech media agency, publishes the results of the monitoring of investments in point-of-sale communication. Subsequently, the volume figures concerning investment in in-store communication for 2010-2017 and also information about their structure are available in the Czech Republic. Data collection has been underway continuously since the spring of 2010 on three different levels and is aimed at mapping out investments in the production of advertising media at the points of sale.

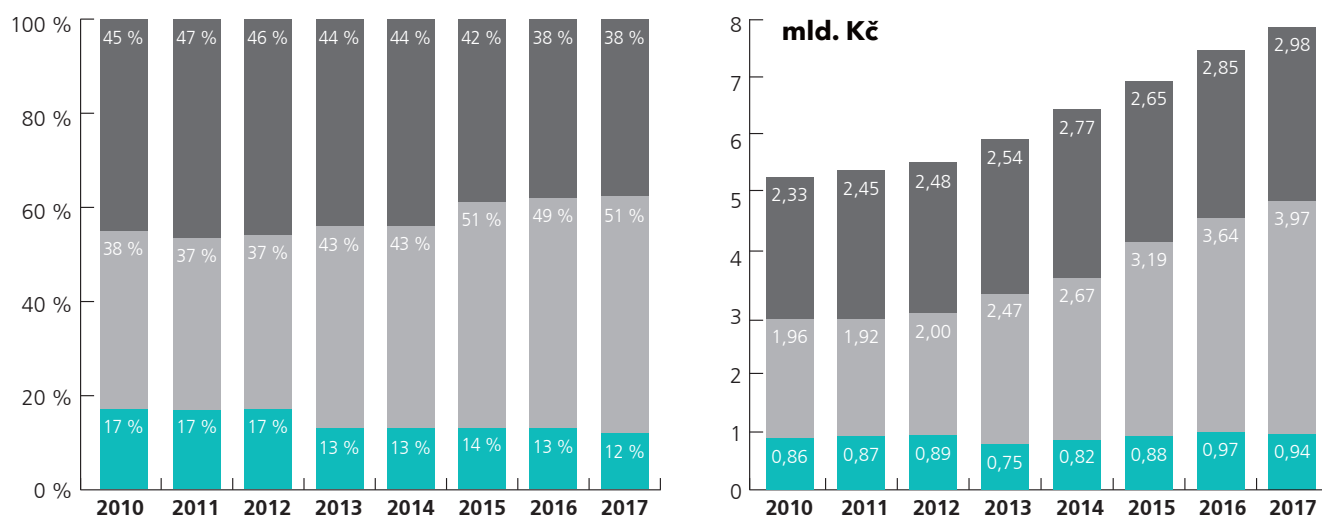
Produkce permanentních a dočasných POP nosičů

Dalším zajímavým údajem, který vyplývá z projektu monitoringu, je podíl dočasných a trvanlivých POP nosičů. V roce 2017 nedošlo oproti roku 2016 k výraznější změně. U této hodnoty je však třeba brát v úvahu, že se jedná o monitoring širokého spektra sortimentních kategorií a služeb (viz předchozí graf), nejen kategorie FMCG, u které se oproti agregované hodnotě prezentované níže předpokládá převaha dočasných POP médií.



Cílový trh

Zajímavou informací je bezesporu také určení cílového trhu. Na export bylo v roce 2017 určeno 51 % (podobně jako v roce 2016 s hodnotou 49 %) z lokálně vyrobených POP prostředků. Ani u ostatních 2 sledovaných kategorií (import POP médií ze zahraničí a POP media vyrobená a využitá v tuzemsku) nedošlo mezi lety 2016 a 2017 k výraznější změně.



Použité zkratky:

POP – Point of Purchase

SMB – Small and Medium Business

SOHO – Small Office, Home Office

Objem trhu dárkových a reklamních předmětů v roce 2017 přesáhl 5,9 miliard korun.

Asociace reklamy v místě prodeje POPAI ve spolupráci s mediální agenturou OMD Czech zveřejňuje výsledky projektu monitoringu dárkových a reklamních předmětů. V Česku jsou tak k dispozici informace o objemu investic do výroby dárkových a reklamních předmětů v letech 2016 a 2017 a také informace o jejich struktuře.



Objem trhu

Informace o každém trhu jsou nutným předpokladem k základní orientaci na něm, a pomáhají tak kultivovat podnikatelské prostředí v oboru. Úkolu data sesbírat a publikovat za český trh reklamy v místě prodeje se ujala POPAI CE (oborová asociace sdružující společnosti působící na trhu in-store komunikace) v úzké spolupráci s mediální agenturou roku OMD Czech.

Sběr dat proběhl během roku 2017 a 2018 na dvou různých úrovních, které měly za cíl komplexně zmapovat investice do produkce dárkových a reklamních předmětů. Monitoring přitom značně komplikovala skutečnost, že na trhu dárkových a reklamních předmětů se aktivně pohybují stovky společností; zejména menší společnosti jen nepravidelně, na projektové bázi. Objemem trhu dárkových a reklamních předmětů rozumíme finanční objem reprezentovaný dárkovými a reklamními předměty vyrobenými společnostmi se sídlem v ČR a objemem dovezených dárkových a reklamních předmětů ze zahraničí.

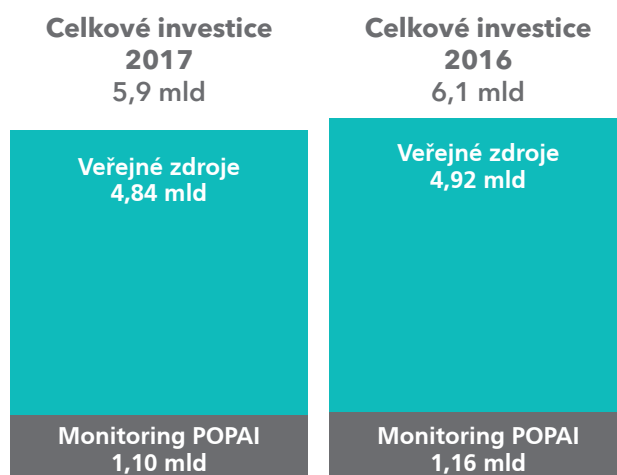
První úroveň sběru dat jsou deklarované čisté (Net Net) finanční objemy členů asociace POPAI, realizované v kalendářním roce 2016, bez DPH. Protože tato citlivá data mají důvěrnou povahu, jejich sběru a agregování se jako nezávislý subjekt ujalo výzkumné oddělení OMG Research mediální agentury OMD Czech. Do této úrovně monitoringu byly nakonec zařazeny 4 nejvýznamnější společnosti na trhu. **Tyto subjekty deklarují v roce 2016 objem 1,16 miliardy Kč, v roce 2017 pak 1,10 miliardy Kč realizovaných na trhu dárkových a reklamních předmětů.** Ostatní dodavatelé jsou zahrnuti v další úrovni monitoringu.

Druhou částí monitoringu je čerpání informací z veřejně dostupných zdrojů, tedy informací veřejně deklarovaných dalšími hráči na trhu, zejména z obchodního rejstříku. V této sekci bylo popsáno 119 subjektů a doplněno heuristicko-expertním odhadem účastníků trhu.

V případě, že veřejně dostupné zdroje uváděly dvě různé úrovně obrátu, byla vzata v potaz nižší varianta. Celkové číslo v této části monitoringu tedy poskytuje konzervativnější odhad celkového objemu v této části monitoringu, což má za cíl dále podpořit důvěryhodnost dat.

Celkový objem investic do reklamy v místě prodeje vznikl součtem těchto dvou částí monitoringu. Celkový finanční objem investovaný do produkce dárkových a reklamních předmětů za rok 2016 v České republice tvořil 6,1 miliard Kč a v roce 2017 pak 5,9 miliard Kč.

Pokles investic v roce 2017 oproti roku 2016 není podle expertních názorů obecný trend. Naopak, obecně roste poptávka po dárkových předmětech. Celkové hodnoty však mezitím ovlivňují výjimečné velkoobchodové a jednorázové kampaně např. nadnárodních společností nebo finančních domů, které v daném roce (2016) nadstandardně ovlivňují obrát celého trhu.



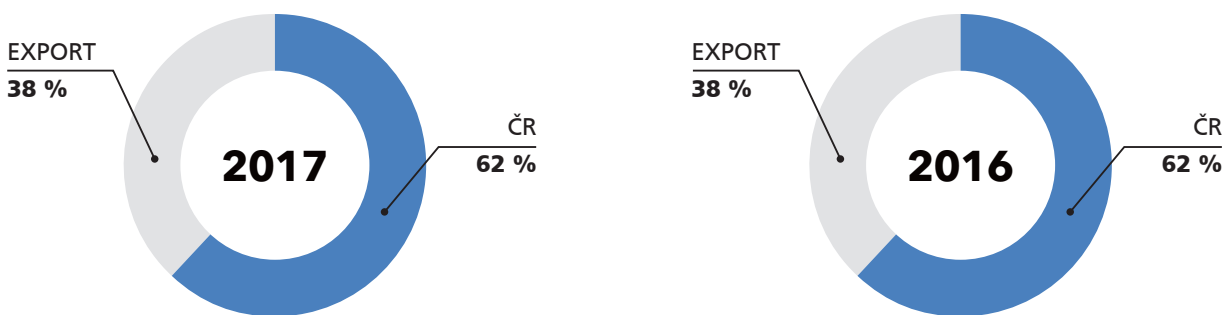
Struktura trhu dárkových a reklamních předmětů

Deklarované údaje, sesbírané v první části od vybraných členů asociace POPAI CE, umožňují získat podrobnější pohled na trh a lépe uchopit strukturu trhu s dárkovými a reklamními předměty.

Cílový trh

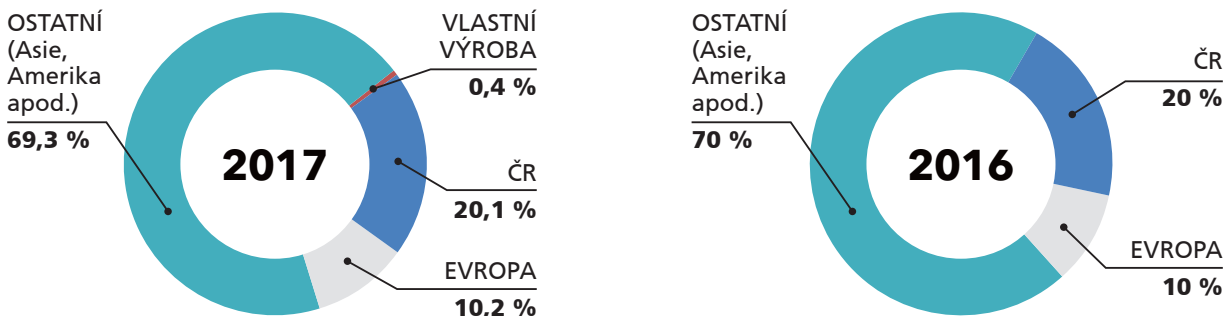
Prvním pohledem je rozdělení finančních objemů mezi cílové trhy dárkových a reklamních předmětů:

Tuzemská produkce reklamních a dárkových předmětů směřuje většinou do České republiky, kde skončí 62 % vynaložených prostředků na tuto formu propagace. Na export směřuje zbývajících 38 % výrobků. Mezi lety 2016 a 2017 nedošlo ke změně.



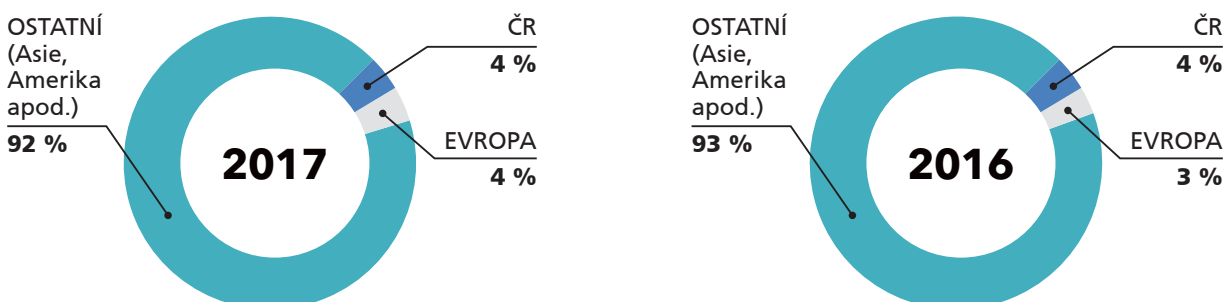
Země dodavatele

Zemí dodavatele rozumíme zemi, odkud byly reklamní předměty dodány. Dárkové a reklamní předměty byly i v roce 2016 a 2017 převážně ze 70 %, resp. 69 %, dovezeny mimoevropskými dodavateli. Čeští dodavatelé na trh v obou letech umístili 20 % dárkových předmětů; evropští se podíleli dalšími 10 %.



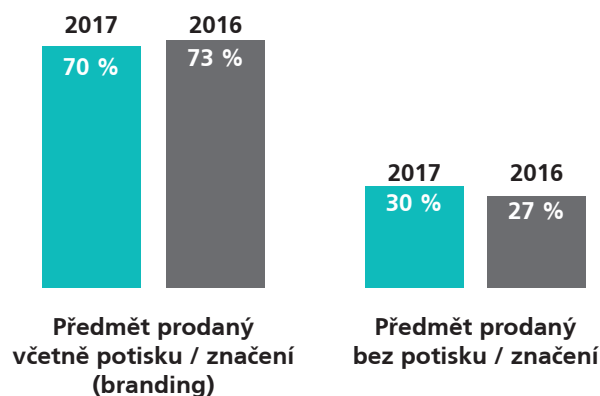
Země původu

Z hlediska země původu reklamních předmětů (tzn. země, kde byly reklamní předměty vyrobeny) jsou jasně dominantní neevropští výrobci. Z těchto, zejména asijských zemí, pocházelo v roce 2016 celých 94 % předmětů a v roce 2017 92 %. Čeští výrobci dodali na trh pouhých 4 % a ostatní evropští producenti další 3 %, resp. 4 %. Logistické řetězce reklamních a dárkových předmětů jsou tedy globálního charakteru a jsou schopny dostatečně pružně reagovat na změny poptávky.



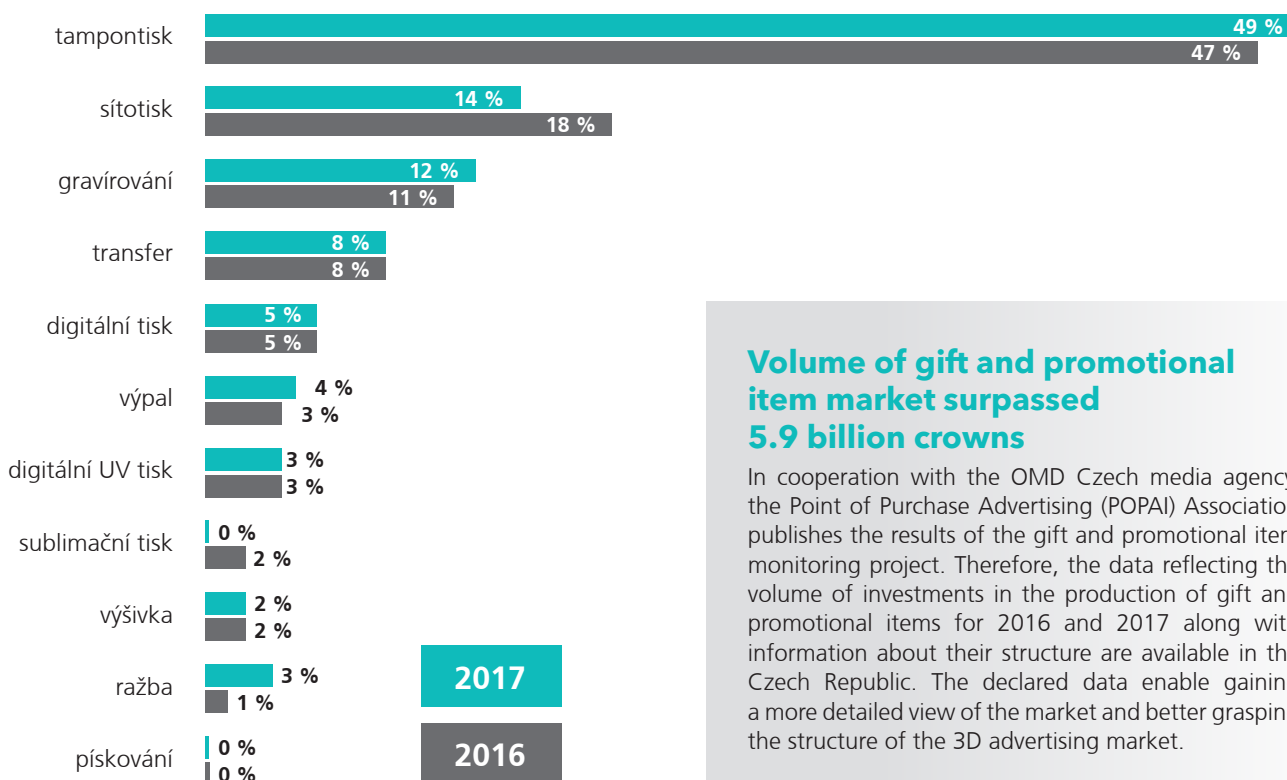
Dokončenost produktu

Dalším zajímavým údajem, který vyplývá z projektu monitoringu, je podíl dárkových předmětů prodaných bez nebo včetně potisku. Předměty opatřené potiskem či brandingem činily v roce 2016 73 %, v roce 2017 pak 70 % realizovaného obrátu. Bez přidané hodnoty v podobě potisku se prodalo 27 %, resp. 30 % dárkových předmětů ze všech prodaných.



Technologie potisku předmětů

Získané informace uzavírá přehled používaných technologií potisku předmětů. V roce 2016 i 2017 se nejvíce používal tampo tisk, následovaný sítotiskem a gravírováním. Poměrně často používanými byly také transfer a digitální tisk, který zaznamenává meziroční nárůst. Ostatní technologie, jako např. výšivka, digitální tisk, pískování či ražba, jsou dnes používány v menší míře.



Volume of gift and promotional item market surpassed 5.9 billion crowns

In cooperation with the OMD Czech media agency, the Point of Purchase Advertising (POPAL) Association publishes the results of the gift and promotional item monitoring project. Therefore, the data reflecting the volume of investments in the production of gift and promotional items for 2016 and 2017 along with information about their structure are available in the Czech Republic. The declared data enable gaining a more detailed view of the market and better grasping the structure of the 3D advertising market.

Závěr

V Česku celkový objem trhu produkce reklamních a dárkových předmětů za rok 2016 činil dle našeho výzkumu 6,1 miliard Kč v čistých cenách, o 11 % více než v předešlém roce. Mezi lety 2016 a 2017 došlo naopak k poklesu na 5,9 miliard z důvodů popsaných výše. Díky společnému úsilí POPAL CE a mediální agentury OMD je v současnosti k dispozici kontinuální datový zdroj umožňující popsat velikost, strukturu trhu a vývoj investic v místě prodeje.

Základní kritéria rentability investic (ROI) do in-store marketingové komunikace

Nový prakticko-teoretický materiál POPAI CE shrnuje základní oblasti, které hrají roli v návratnosti investic (ROI) do in-store komunikačních aktivit se zapojením POP médií, a zároveň nabízí několik standardizovaných metrik jejich vyhodnocování. Tato unikátní publikace vzniká jako lokální adaptace globálního dokumentu světové asociace Shop! Global.

DAGO

 **RETAIL
OF THE FUTURE**

 **storemedia**
SENSORY MARKETING

Partnery projektu jsou společnosti DAGO s.r.o., RETAIL OF THE FUTURE, s.r.o., a Store Media, s.r.o.

Obsahem publikace jsou rady, tipy a doporučení k tvorbě, realizaci a exekuci efektivních marketingových aktivit v maloobchodních provozovnách, k dosahování vyšší shody mezi plánem a výslednou realizací a k výpočtu rentability vložených nákladů, které vycházejí ze zjištění nejnovější studie Shop! Global s přispěním lokálních odborníků a praktiků.

Ambicí dokumentu je též standardizace výpočtu ROI do POP komunikačních aktivit pro možnost spolehlivějšího a plošného srovnávání výsledků vyhodnocovaných in-store komunikačních kampaní.

Na vytvoření souboru oborových měřítek a doporučení pracovalo sdružení Shop! Global a POPAI CE s týmem různě zaměřených odborníků na shopper marketing z řad značkových výrobců, maloobchodníků, agentur a výrobců POP médií.

Návrhy představené v publikaci jsou koncipovány jako iniciační pomůcka k optimalizaci a ověřování správného vynakládání rozpočtů na tvorbu, realizaci a exekuci úspěšných marketingových řešení v místě prodeje, díky kterým se bude zákazník v provozovně cítit lépe a bude více motivován k uskutečnění nákupu i k návratu.

Jednotlivé části publikace se zabývají:

- o principy tvorby POP materiálů včetně stanovení marketingových cílů, pochopení nakupujícího a navržení účinných POP materiálů,
- o klíčovými faktory pro maximalizaci pozitivních výsledků komunikace v místě prodeje, resp. pro dodržení plánované exekuce s cílem zajistit úspěšnou instalaci a realizaci POP médií na správná místa, ve správném provedení se správnými výrobky v různých typech maloobchodních kanálů,
- o metodami pro výpočet rentability nákladů in-store marketingové aktivity a POP prvků umístěných v místě prodeje.

Publikace si klade za cíl být dlouhodobě využívána u všech zájmových skupin v oblasti POP komunikace na našem trhu. V případě zájmu o více informací kontaktujte národní kancelář POPAI Central Europe.



Basic criteria of return on investment (ROI) in in-store marketing communication

The new industry-related material of POPAI CE summarizes the basic areas that play a role in the return on investment (ROI) in in-store communication activities involving POP media and at the same time offers several standardized metrics of their evaluation. This unique publication was produced as a local adaptation of the global document of the Shop! Global World Association. The project partners are the following companies: DAGO s.r.o., RETAIL OF THE FUTURE, s.r.o., and Store Media, s.r.o.

Daniel Jesenský, Prezident POPAI CE
Daniela Krofiánová, General Manager POPAI CE

Sémiotická teorie a praxe POP komunikace

Příklady toho, co jsme pro vás v analýze 1700 POP médií objevili.

V uplynulém roce jsme pro vás připravili POP Sémiotického průvodce, který představuje sémiotickou vědu jako jeden z doplňujících přístupů napomáhajících ke zvýšení efektivity POP prostředků z pohledu prodeje, propagace značky, komunikace obchodního sdělení a celkového retailového kontextu. Ve spolupráci s výzkumnou agenturou Perfect Crowd a s podporou partnerů Authentica, Mondelez, Vitana a WELLEN jsme vytvořili praktický nástroj, který umožňuje sémiotické principy a koncepty systematicky aplikovat do POP komunikační praxe.

Sémiotika je věda o způsobech orientace ve světě. Vychází z přesvědčení, že lidé nepoznávají sami o sobě, ale světu rozumí a jsou schopni se v něm orientovat s pomocí znaků. Znak je takový předmět, který v nějakém ohledu odkazuje k něčemu jinému, než je on sám – k jinému předmětu, představě či abstraktní myšlence. Každý znak je dvoustranná jednotka. Skládá se na jedné straně z výrazu, tedy toho, co je smyslově a aktuálně vnímatelné, a na straně druhé z významu toho, co je nepřítomné, co je smyslem a cílem. Na základě různých typů vztahů, především těch logických, předkládá sémiotická analýza způsoby, jakým je význam znaku (např. POP materiálu) utvářen s cílem **pomoci vytvářet nebo optimalizovat** komunikační obsahy tak, aby byly relevantní, resp. schopny co nejefektivněji naplnit své komunikační ambice.

Sémiotika studuje širší vztahy v POP projektech k dalším značkám, reklamám, produktům, konkurenčním POP materiálům a kultuře jako celku. Sémiotika není žádná magická disciplína. Pracuje s běžnými lidskými intuicemi a utváří z nich ucelený logický systém.

Oblíbenou „hláškou“ sémiotiků je: **„všichni jsme vlastně sémiotiky“**, protože v naší každodenní komunikaci využíváme tvorbu a porozumění různým významům ke spojení se světem. Skutečnost je ovšem taková, že všichni umíme v dnešní době číst a psát, ale pouze pár vyvolených občas napíše „něco“, co je čtivé, a většina napsaného zůstává nepřečtena. Analýzy s pomocí sémiotického průvodce zatím ukazují, že jen významná menšina lokálních POP realizací skutečně komunikuje a doručuje kýžená sdělení zákazníkům. Zároveň však každá analýza přinesla doporučení k zajištění srozumitelnějšího a efektivnějšího doručení zpráv prostřednictvím obrázků, symbolů či textů. S pomocí vědění o české kultuře totiž můžeme prostřednictvím sémiotiky stopovat kulturní a logické inkonzistence v obsahu zprávy a optimalizovat ji směrem k větší relevanci, konzistenci a plynoucí rezonanci s českými zákazníky.

POP komunikace je způsob, jak předat nějaké **sdělení** zákazníkům a ovlivnit jejich rozhodování a jednání. Zpráva se obecně skládá z menších jednotek, znaků: slov, vět, symbolů, obrázků, fotografií, barev a tvarů. Čím více zpráva vychází ze znalosti kontextuálních souvislostí, v případě sémiotiky především z **místní kultury**, tím lépe rezonuje a je rychleji příjemcem pochopena a využita k nákupnímu rozhodnutí.

Semiotic practice and theory of POP communication

Examples of what we have found in the analysis of 1700 POP media

The POP semiotic guide presents semiotic issues as one of the additional approaches contributing to the increase of POP efficiency from the point of view of sales, branding, communication of a business message and the total retail context. In cooperation with the Perfect Crowd research agency and with the support of partners – Authentica, Mondelez, Vitana and WELLEN, we have created practical guidelines of how to “remould” the science of semiotics into a handy and easy to use marketing tool.

Velmi specifickým příkladem **sdělení** je **„call-to-action“** (dále CTA). Může mít dvě podoby:

- (1) vizuální: mezi hlavní prostředky patří ukazatele a šipky, na jejichž základě příjemce/zákazník přizpůsobuje své chování,
- (2) jazykovou: základními výrazovými prostředky jsou otázky a rozkazy.

V obou svých podobách CTA index nefunguje izolovaně, sám o sobě je totiž neúčinný. Z prostředí a ostatních složek zprávy musí být zřejmé, jaké chování je žádoucí (upozornění na produkt, upoutání pozornosti, nákup produktu kvůli jeho ceně nebo kvalitě, všeobecná pobídka k vnitřnímu rozpoložení příjemce). Některé CTA jsou velmi obecné, vágní nebo nejasné. Často se jedná o falešné CTA. Význam užitého slovesa je někdy příliš generickeý (třeba „užijte si“, „žijte“ atp.) a jeho užití nemusí být indexálním CTA, ale spíše zvoláním či tvrzením obecné pravdy. Takové sloveso nedává jasnou a relevantní instrukci v aktuálním místě prodeje a jeho vliv je pak méně účinný. Rozkazovací podoby CTA jsou přímočaré, mohou ale působit invazivně až agresivně. Otázkové CTA působí zdvořileji, ale jsou méně invazivní. S ohledem na povahu produktu nebo značky je nutné také zvážit tykání/vykání. **Vykání** je tradiční, bezpříznaková forma dospělé komunikace. Souvisí s vážností, závažností a případně usedlostí. Alternativní podoba („Vař s námi chutně a zdravě“

- viz příklad na obrázku 1) by byla vhodná spíše v případě, že by cílem komunikace bylo vaření pro mladé, vaření jako dobrodružství apod. **Tykání** je běžná forma v oblasti dětské komunikace, komunikace s dětmi a v oblasti dětských produktů. Tykání je koherentní například s kreslenou podobou POS materiálu na přiloženém obrázku 1.



Obrázek 1 – příklady Call to action

Každý POP materiál je z komunikačního pohledu „médiem“ se svými dvěma základními podobami. Vystavený produkt sám o sobě (především komunikační role obalu) a komunikační plocha POP média. Komunikační plocha mívá jen dva rozměry, nebývá interaktivní, spíše statická, a hůře se v ní komunikuje příběh. Je znakem v užším slova smyslu, protože odkazuje k něčemu mimo sebe. V POP komunikaci vyjadřuje vzdálenost mezi sdělením a produktem vztah **replikace** (POS materiál v tomto případě znovu zobrazuje daný produkt, je vlastně jen větším packagingem, má silně ikonickou povahu), **podřadnosti** (POS materiál zobrazuje nadřazenou kategorii) nebo **vyplývání** (POS materiál zobrazuje důsledek produktu nebo obecnější systém hodnot, který s produktem souvisí).

Replikovat packaging produktu na POS materiálu je vhodné tehdy, pokud je značka (např. Nivea, Krušovice atp.) / produkt

(např. čokoládová tyčinka, pivo atp.) dostatečně známý/ známý a jeho používání je zřejmé. Replikace je méně vhodná, když se jedná o novinku a z obalu produktu není přímo zřejmá povaha produktu, nebo se jedná o málo známou či novou značku.



Obrázek 2 - příklady replikace

Podřadnost se vyplatí při kategorizaci prostoru (například „cukrovinky“ obsahují řadu různých sladkostí). Vztah podřadnosti je v POP komunikaci nejdůležitější v těch případech, kdy jeden POP materiál slouží více produktům nebo typům produktů. Nadřazená kategorie by měla jednoznačně vymezovat jejich nejdůležitější společný rys („cukrovinky“ obsahují takové produkty, které jsou sladké a většinou malé).



Obrázek 3 - příklady podřadnosti

Nakonec **vyplývání** je dynamický vztah, a to na rozdíl od statické replikace a podřadnosti. V POP komunikaci podporují chování/akci (často souvisí s CTA a zobrazováním výsledného užití komunikovaného produktu – hotové jídlo, moment spotřeby atp.) a přímo zapojují zákazníka (příjemce zprávy) do interakce. Dynamická povaha vyplývání je ale zároveň pro příjemce/zákazníka náročnější na zpracování.



Obrázek č - příklady vyplývání



Poslední důležitou součástí celkového kontextu POP komunikace je prostředí. V mnoha případech je aktuální prostředí důležitější než promyšlený kulturní koncept či značka. V některých případech bohužel nelze prostředí ovlivnit. Za prostředí lze považovat i všechny ostatní zprávy, které bezprostředně souvisejí s konkrétním POP materiálem nebo jinou konkrétní zprávou, ale nacházejí se v jeho blízkosti a ovlivňují jeho význam. Neadekvátní spojení různých zpráv narušuje soudržnost komunikace a omezuje komunikační potenciál všech prvků.

Specifickým příkladem práce s prostředím je tzv. „**Priming**“. Priming je (nevědomý) proces, při němž je na základě předchozího rozpoznání nějakého jevu (struktury, významu) tento jev rozpoznán při dalším setkání s ním rychleji a snadněji. Obecně může mít Priming dvě podoby:

- (1) **Opakování:** totožnost POP materiálu, totožnost sloganu, totožnost (loga) značky atp.
- (2) **Implikace:** k efektu Primingu může docházet také při vztahu již dříve zmíněného vyplývání.

Efektivní POP komunikace pohledem sémiotiky by pak měla vytvářet pozitivní napětí mezi povahou významu (informace, emoce) a zároveň v ideálním případě vzbuzovat pocit novosti (známost vs. novost). Zde pouze okrajově můžeme zmínit také nutnost vhodného zvolení „subjektového“ (zobrazení osob) a „objektového“ (zobrazení produktu) principu komunikace.

Efektivní komunikace pak předává příjemci koherentní a relevantní významové sdělení. Způsob sdělení může

být dále buď „**denotativní**“ (od příjemce, zákazníka, nevyžaduje žádnou významnou myšlenkovou invenci, sdělení je přímočaré), nebo „**konotativní**“ (příjemce sdělení musí vyvinout určité myšlenkové úsilí k pochopení). Každý způsob má své výhody a nevýhody a je zapotřebí s těmito technikami pracovat vždy v konkrétním komunikačním kontextu. Přílišná konotativnost, i když srozumitelná pro autora zprávy, často znamená nesrozumitelnost pro příjemce a opět omezení komunikačního potenciálu obsahu sdělení. Sémiotická analýza pak dohlíží na smysluplnost a efektivnost doručení denotativní i konotativní zprávy a plynoucí schopnosti co nejlépe ovlivnit kýžené jednání.

V tomto textu jsme se pokusili stručně představit perspektivu a některé konkrétní koncepty POP Sémiotického průvodce. Tato a mnoho dalších témat jsou obsažena a na konkrétních příkladech prezentována v **publikaci Sémiotický průvodce** a nezbyvá než vás prostřednictvím jeho pořízení pozvat do dobrodružného světa sémiotiky a případně se pokusit společně nebo vlastními silami vytvářet nebo optimalizovat vaše POP komunikační projekty tak, aby lépe, konzistentně a efektivně směřovaly pozornost, získávaly zájem a motivovaly nákupní rozhodování ve prospěch vašich produktů a značek.

Tým autorů:

Martin Boček, nezávislý odborník na marketing a marketingový výzkum

Daniel Jesenský, prezident POPAI CE

Andrea Vozníková, členka rady POPAI CE

EUROCIS 2019 aneb Smart and connected.

Ve dnech 19.-21. února 2019 se konal v Düsseldorfu významný mezinárodní veletrh EuroCIS, který byl přehlídkou technologických novinek a trendů pro oblast retailu. Hlavním tématem, které bylo viditelné ve všech expozicích, bylo propojení online sféry a kamenných obchodů. Prodejna se stává místem, kde fyzické zboží již nemusí hrát dominantní roli. A prodáváč není hlavním zdrojem informací. Pár příkladů, které nás zaujaly.



Líbí se vám květiny, ale bojíte se je koupit, protože většinou nepřejijí vaší péči? Naskenujte kód rostlinky a na monitoru hned vidíte rady, jak s konkrétním druhem zacházet, aby vám dělal radost co nejdéle.



Výlohy, kde produkty nehrají hlavní roli? Na veletrhu to byla realita. Emoce a vyprávění příběhu značky se stalo primárním magnetem pro vytvoření WOW efektu.



Zákazníci se stávají méně závislí na personálu prodejen. Standardem se stává „inventory intelligence“, tzn. propojení informací na prodejní ploše na skladové systémy. Zákazníci vidí např., jaké velikosti vybraných legín jsou dostupné v dané prodejně bez toho, aniž by museli kontaktovat prodavače.



Lékárny také vycházejí vstříc zákazníkům, kteří aktivně vyhledávají informace. Větší část vystavení může tvořit monitor, který informuje o detailech produktů, které jsou aktuálně v promoci.

EuroCIS 2019 or Smart and Connected

Taking place in Düsseldorf in February 2019, the EuroCIS international trade fair offered an overview of technological innovations and retail trends. The main theme visible in all of the expositions was the interconnection of the online sphere and brick and mortar shops. A retail outlet is becoming a place where physical goods are no longer required to play a main role. And a sales assistant is not the main source of information.

Jaký pohled nabídl veletrh na celkový vývoj v oblasti digitální komunikace? Za poslední dva roky nepozorujeme na veletrhu v Düsseldorfu revoluci, spíše evoluci stávajících řešení. To, co bylo v minulosti exkluzivním řešením, se stává standardem a propojení onlinu s kamennou prodejnou je realita. Vše musí být „smart and connected“, pohodlné pro zákazníka a jednoduché pro personál prodejny.

Andrea Szymeczek, ExTech s.r.o. • www.quantretail.cz

Věrnostní program: PROČ se vám vyplatí a JAK na něj?

Kolik stojí vaši firmu získání nového zákazníka? Z praxe marketingových specialistů vyplývá, že získat nového zákazníka je výrazně dražší než přesvědčit stávajícího k novému nákupu.
Jak si ale zákazníky udržet?

Pomůže vám s tím **dobře nastavený věrnostní program**. Díky němu si zákazníky udržíte, vybudujete si s nimi vztah a získáte v nich spojence, kteří vás budou doporučovat dál. A jak na to, aby váš program nezapadl mezi ostatními?

- Stanovte si jasné cíle a určete jejich hodnotu.
- Dobře poznejte své zákazníky.
- Vyberte smysluplné odměny za věrnost.
- Vytvořte přehledný systém s dosažitelnými odměnami.

Stanovte si jasné cíle: Co má program přinést?

Co od programu **primárně očekáváte** a jakou **hodnotu** pro vás má splnění tohoto cíle? Věrnostní program může udržovat váš vztah se zákazníky, pomáhat vám s akvizicí nových pomocí doporučení, získávat reference s fotkami... V každém případě potřebujete vědět, **na kolik si které aktivity zákazníka ceníte**, a tedy jak ho za ni můžete odměnit.

A jakou odměnu vybrat? Hned se na to podíváme. Zatím prozradíme, že **nemusíte vždy sahat po slevě**.

Poznejte své zákazníky: Co je nadchne?

Jak vyniknout mezi ostatními věrnostními programy a zajistit, aby si ten váš lidé zapamatovali? Poznejte své zákazníky! Jsou to spíše ženy, nebo muži? Sportují? Kolik jim je let? Tyto informace vám pomůžou vybudovat program, který vaše zákazníky zaujme, a **vybrat odměny, které je budou skutečně motivovat**.



Viera Černá
Garant sekce
Reklamní předměty
POPAI CE

Loyalty Programme: WHY is it worthwhile and HOW can you go about it?

How much does it cost your company to gain a new customer? We have learnt from the experience of marketing specialists that winning a new customer is significantly more expensive than convincing the existing ones to make a new purchase. But how can you hold on to your customers? A well set up loyalty programme will help a great deal. Thanks to this, you will not only retain your customers but you will also build a relationship with them and acquire an ally who will recommend you to others later on. And how can you make sure your programme is not smothered by all the others?

Vyberte smysluplné odměny: Slevy mají všichni

Řada obchodů pracuje se slevami, se kterými se vydávají na tenký led. Sleva musí být dostatečně vysoká, aby zákazníka motivovala, zároveň může zákaznicko chování sklouznout k čekání na slevu u zboží, které by si koupil i bez ní.

Proto nachází ve věrnostních programech uplatnění **reklamní dárkové předměty**. Jaké jsou jejich výhody?

- Jejich **pořizovací cena** pro vás je **nižší než hodnota** pro zákazníka.
- Dárky můžete ozvláštnit **vlastním potiskem i logem**.
- Díky dárku si vás zákazník spojí s **pozitivní emoci**.
- Fyzický dárek vás bude **zákazníkovi připomínat**.

Co znamená, že je pořizovací cena nižší než hodnota? Ukažme si to na příkladu:

Do svého věrnostního programu zařadíte sportovní láhev. Pořizovací náklady budou kolem 100 Kč bez DPH a zákazník ji od vás získá například za 200 věrnostních bodů – jím **vnímaná cena je 200 Kč**. Láhev má navíc **váš originální potisk**, a tak je dárek pro zákazníka unikátní.

Náš tip: Slevy nemusíte rovnou zavrhnout. Dejte zákazníkům vybrat, co získají za své věrnostní body. Sami si tak otestujete, jestli je větší zájem o dárky, nebo o slevy.

Vytvořte přehledný systém s dosažitelnými odměnami

Ani sebelepší odměny nezafungují, pokud **zákazníci nechápu, jak je získat**, nebo jim jejich **získání přijde příliš náročné**. Pokud by měl zákazník rok sbírat body na to, aby na konci získal slevu nebo dárek, pravděpodobně ho program neosloví.

Proto doporučujeme vytvořit přehledný bodový systém s **různými úrovněmi odměn**. Zákazník si tak může vybrat, jestli promění své body v menší dárek teď, nebo si počká na větší za více bodů.

Retail, nový motor komunikace

RETAIL je krásné odvětví. Snoubí v sobě smysl pro detail a estetiku, ale je tažen výsledky.

Prodejny jsou tedy nejen dokonale esteticky vyladěným prostředím, ale primárně precizně sestaveným soukolím, které nekompromisně směřuje za svým cílem: prodat, obsloužit, v dnešní době čím dál tím častěji nejen zboží, ale i značku. Jde o velmi silný komunikační kanál. Médium!

Na RETAIL se často díváme jako na něco, co je až na konci potravního řetězce komunikace. Přece je na řadě až poté, co vystřílíme všechny náboje v televizi, na billboardech nebo na internetu. Až poté, co projezdíme všechny festivaly, kde budeme definované cílové skupině rozdávat cetky, si vzpomeneme také na RETAIL. S minimálním budgetem těch pár woblerů a podlahových samolepek nějak zvládneme. Neděláme to přece poprvé, je to pro nás letitá rutina. Nic světoborného na tom není...

Doba se ale pomalu mění a marketingovým managerům (schválně používáme pozici marketingový, nikoli trade, který je bohužel stále z pohledu retailu v České republice relevantnější) by mělo postupem času jít o mnoho více než jen rychle a pohodlně prodat rohlík. Půjde o to nakoupit zákazníka, jeho emoce nebo loajalitu. A to se se shnilým ovocem, špinavými kouty nebo pár sadami podlahovek příliš nepodaří.

Obecně platí, že zákazník musí nakupovat a nakupuje. Konzumenti jsou reklamou přesyceni a naučili se ji filtrovat. Sociální média dnes posilují WOM. V místě prodeje jsme ochotni vstřebávat informace o produktech a službách, protože jsme připraveni utratit peníze. RETAIL vytváří prostředí, ve kterém zákazník chce být zapojen a při konzumaci sdělení aktivně spolupracuje: informace během nakupování potřebuje, a proto je vyhledává. Nejčastěji sice chodíme tam, kde to máme blízko nebo kde je to pro nás nejpohodlnější, ale 3 zlatá pravidla RETAILu (location, location, location) dávno neplatí. Dnes zákazníci za zážitky ochotně cestují.

RETAIL je prostě médium a měli bychom si to všichni uvědomit. Současně mluvíme o nejsilnějším komunikačním médiu, jaký si značka dokáže představit, protože umí využívat všech pěti smyslů (a zde si vzpomeňme na poučky zvyšující reálné zapojení při využití minimálně 2 smyslů v jiných kanálech). Dále bychom měli vystoupit z oné hypoteční korporátní spirály a začít se na věci dívat jinak, i když „bardi“ z oboru na to mají jiný názor, protože to takto dělají 30 let.

Podívejme se na věc obráceně: co kdyby středem všeho byl RETAIL (ten trhovce na náměstí, který chtěl prodat svoji



Petr Šimek
WELLEN RETAIL EXPERIENCE

úrodu)? Může využít takové nástroje, které jsou pro něj relevantní a které mu umožňují optimální způsob cílení. Své prodejní místo má jako jeden z hlavních komunikačních nástrojů. Funguje jako distribuční kanál a současně jako sociální platforma, kde se zákazníci mohou scházet a něco se o značce dozvědět. Podívejme se například na Starbucks v Miláně. Možnost přivonět si k čerstvě pražené kávě nebo pochopit celý proces její přípravy je dlouhodobě mnohem důležitější než jen prodat pár šálků espressa. Nebo Deutsche bank na Friedrichstraße v Berlíně. Těto pobočky nejde o zprostředkování co největšího počtu hypoték (i když si ji zde samozřejmě můžete sjednat). Zde jde o edukaci zákazníků v době moderních technologií. Frank and Oak je podobný případ. Jejich prodejny plné kaváren a barber shopů vytvářejí se zákazníky vztah, nejde o klasickou prodejnu plnou narvaných regálů typu sklad. Distribuci prostě zajistí další kanály v rámci omnichannelu. Jde o lásku ke značce. O médium, které vás chce sbalit.

Můžete namítnout, že metriky pro měření emocí ještě zcela neexistují. Monetizace vztahu není jednoduchá, a to hlavně v prostředí, které dlouhodobě generuje tvrdá data (např. prodej na m2). Ovšem v době miliónů televizních stanic a plakátů na každém rohu, kdy je reálné cílení skoro nemožné, vystupuje RETAIL jako logická alternativa. RETAIL je totiž oboustranná komunikační platforma, kde se dá přivonět, pohládit, ochutnat, něco se naučit nebo zažít. Umí tohle vaše reklama? Aktivní místo prodeje s využitím Customer Experience dokáže předat sdělení s vysokou efektivitou a přibalit pozitivní emoce. Začneme konečně správně využívat RETAILové agentury!

RETAIL - A NEW ENGINE OF COMMUNICATION

RETAIL is a beautiful industry, combining in itself attention to detail and aesthetics, but still being driven by results. Therefore, stores are not only places with perfectly aesthetically harmonised settings, but primarily the precisely assembled gear mechanism that uncompromisingly heads towards its goal: to sell, serve – not only goods but nowadays also increasingly the brand. It is a very powerful communication channel. Medium!

Retail už není jen distribučním místem

Desátý jubilejní roční konference POPAI Fórum, který proběhl v závěru roku 2018, ukázal, kam se retail za uplynulá léta posunul. Z prezentací mimo jiné také vyplynulo, že je občas dobré se zastavit a ohlédnout, abychom mohli jít dál a být při tom lepší a efektivnější. Kromě využívání moderních technologií jsou k tomu zapotřebí především data.



**POPAI
FORUM**



Retail již není chápán pouze jako distribuční místo, jeho rolí je stále více budování vztahu se značkou a jejími hodnotami.

Prodejna reprezentuje značku

Místo prodeje je nejdůležitější prostor, kde zákazník zažívá značku. Jak zdůraznila Lenka Jakešová, Manager Instore and Local Communication ve společnosti Ahold Czech Republic, prodejna je místo, kde si spotřebitel se značkou může vytvořit vztah. To je také jeden z důvodů, proč se firma Ahold Czech Republic rozhodla naslouchat potřebám svých zákazníků a jako pilotní projekt naprosto přetvořila jednu ze svých vlajkových prodejen, která je součástí pražského nákupního centra Centrum Chodov. Tamní hypermarket prošel během pouhých 16 dnů kompletní rekonstrukcí, jejímž výsledkem



je prodejna odpovídající současným trendům. Ta se z velké části proměnila v tržiště s čerstvými produkty, a to nezřídka od lokálních dodavatelů, a sekci s potravinami podporujícími zdravý životní styl, masem či pečivem, a zejména na místo, které s jeho návštěvníky komunikuje. Důraz byl kladen na snadnou orientaci i možnost rychlého a pohodlného nákupu, tedy způsobu nakupování, který současný zákazník požaduje. I když je cena pro české spotřebitele stále důležitá, není již tím nejdůležitějším, kvůli čemu vyhledává konkrétní prodejnu. Tomu přizpůsobil svou komunikaci také Albert. Ten zde již není proto, aby nabízel produkty za nejnižší cenu, ale aby zákazníky inspiroval a nabízel jim řešení. Z následného průzkumu, který společnost provedla, vyplynulo, že 90 % nakupujících vnímá změnu jako pozitivní a 70 % z nich dokonce uvedlo, že se zlepšil jejich vztah ke značce. Osvědčené prvky z Centra Chodov proto byly implementovány i do dalších prodejen, přičemž některé čeká v blízké době kompletní remodeling.

Na zítřek je nutné myslet již dnes

Při pohledu na celosvětový retail je patrné, že nebývalý růst zažívá e-commerce. Tento prodejní kanál spotřebitelé nejvíce využívají k nákupu oblečení, zájezdů, knih, hudby a lístků na kulturní akce. Ve střední Evropě prostřednictvím e-shopů zákazníci čím dál víc nakupují také jídlo, které si nechávají dovážet z restaurací. Česká republika v tomto ohledu nezůstává pozadu a patří mezi země, kde se slibně rozvíjí

Retail is no longer just a point of distribution

The 10th annual POPAI Forum Conference showed just where retail had moved to in recent years. Presentations also suggested that it is sometimes good to pause and look back so that we can go forward in a better and more efficient way. In addition to the use of modern technologies, it is necessary to have data at one's disposal. Retail is no longer seen merely as a place of distribution as its role increasingly focuses on building a relationship with the brand and its values.

prodej potravin přes internet, případně prodej produktů souvisejících se zdravím. Jak připomíná Regan Leggett, Executive Director – Thought Leadership and Foresight at Nielsen, v tomto světle vývoje retailu je dnes naprosto nezbytné používat omnichannel. Kromě kamenného obchodu jsou pro retail nepostradatelné webové stránky prodejny a spotřebitelé výrazně ovlivňuje i šeptanda či internetové stránky jednotlivých značek. Jak dále připomíná, uspokojovat potřeby dnes pomáhají technologie, zejména smartphony, nicméně inovace přinášejí také velké technologické společnosti, mezi kterými nechybí například Google. Do domácností se dostávají i hlasové vyhledávače a asistenti, kteří v budoucnu budou spotřebitelům pravděpodobně doporučovat produkty, a to tak, jako jim dnes činí návrhy na základě reklamy a jejich chování na internetu klasické vyhledávače. Změny podle něj bohužel probíhají tak rychle, že není možné reagovat jako v minulosti. O budoucnosti je zapotřebí uvažovat již nyní.

Tradiční spotřeba se mění

Nezaměstnanost v České republice klesá a spotřebitelské chování se mění. Téměř 50 % nakupujících uvádí, že si pořídilo nějaký produkt ne proto, že jej potřebovali, ale protože jej chtěli. V současné době rostou výdaje za potraviny a zejména za prémiové produkty. Existují také typické kategorie, za které jsou zákazníci ochotni utratit víc, pokud jim obchodník nabídne prémiovou kvalitu. Typickými příklady jsou káva, móda, osobní elektronika, potraviny z mořských plodů nebo produkty ústní hygieny. „Tradiční spotřeba se mění a do budoucna nás čeká také změna spotřebitelských skupin z hlediska věku. Poroste počet mileniálů, ale také padesátníků a starších. Na tyto skupiny by se měli připravit nejen retailéři, ale i výrobci, a začít pro ně vyvíjet adekvátní produkty,“ připomíná Regan Leggett.

Neustále je nutné měřit!

Současná doba již nedovoluje obchodníkům pracovat s pocity a intuicí. „Aby vše fungovalo, je třeba neustále měřit,“ zdůrazňuje Michal Štádl, CEO společnosti datasapiens, který stál například u zrodu věrnostního programu Clubcard ve firmě Tesco Stores ČR. Jak predikuje, v příštích deseti letech budeme mít k dispozici stále více dat. Dnes bohužel mnoho obchodníků prakticky z povinnosti provozuje své věrnostní



programy, nicméně svým zákazníkům stále nerozumí a data ze svých programů náležitě nevyužívá, nebo je využívá špatně. Mnozí z nich také nabízejí slevy zákazníkům, kteří vlastně nejsou vůbec loajální. To je možná i jeden z důvodů, proč marketéry v budoucnu nahradí umělá inteligence, která bude datům lépe rozumět. Vizí do budoucna je také možný zánik promocií, které by mohly nahradit „osobní ceny“ určené právě na základě dat získaných z věrnostních programů. „Loajálnější zákazník si zaslouží lepší odměnu,“ připomíná Michal Štádl. Jednou z cest, jak mu ji nabídnout, aniž by mu ji jiný zákazník záviděl, je prostřednictvím kuponů.

Důležité nástroje získaly i kamenné prodejny

Zatímco e-commerce měla prakticky od začátku svého vzniku řadu nástrojů k tomu, aby své zákazníky poznávala, kamenné prodejny se musely po dlouhou dobu spokojit s daleko omezenějšími prostředky. Přestože zažíváme nebývalý růst e-shopů, nejvíce obchodu stále probíhá v kamenných prodejnách, což není možné opomíjet. Díky vývoji nových technologií dostávají naštěstí do rukou nástroje, které při poznávání zákazníka mohou směle konkurovat internetu. Jedině tak je možné optimalizovat náklady na provozovnu i marketing, vyhledávat nové příležitosti, generovat dodatečné zisky a být krok napřed před konkurencí. „Pomocí senzorů dnes umíme vyhodnocovat počet i pohyb zákazníků a určit, kde v prodejně tráví čas,“ konstatují Marek Jandajsek, Project Manager Knowdate ve společnosti Knowinstore, a Igor Pavelek, Co-Founder & VP Strategic Alliances ve společnosti Pygmalios. Díky tomu je pak možné vytipovat například silné a slabé dny či exponované hodiny a na základě toho přizpůsobit směny či otevírací dobu. Moderní technologie, jako jsou například stereoskopické senzory nebo demografické kamery, však dnes dokáží určit i pohlaví a věk návštěvníků a učinit jim personalizovanou nabídku, případně odhalit, že se u pokladny tvoří fronty a automaticky otevřít pokladnu další. Praxe ukazuje, že pokud obchodník tyto technologie zvládne, obvykle dojde také ke zvýšení konverze a v konečném důsledku i spokojenosti zákazníků. A jedině spokojený zákazník je ten, pro kterého má smysl budovat značku.



Pavel Neumann



POP AI AWARDS

Soutěž POP AI AWARDS 2018 ocenila nejlepší realizace pro místo prodeje

Daniela Krofiánová
General Manager POP AI CE

Soutěž POP AI AWARDS, kterou každoročně pořádá středoevropská pobočka POP AI, je tradičně vnímána jako prestižní událost oboru in-store komunikace pro tvůrce i zadavatele řešení v místech prodeje.

V závěru roku 2018 proběhl již desátý jubilejní ročník soutěže jako součást programu mezinárodní akce POP AI DAY 2018, která se konala 29. listopadu 2018 v Kongresovém centru TOP Hotelu Praha. Soutěžní expozice představila 105 in-store realizací, které soutěžily ve 20 soutěžních kategoriích.

Soutěž nabídla jedinečnou příležitost seznámit se s nejnovějšími projekty pro účinnou komunikaci v místě prodeje, s novými formami komunikace se zákazníky a získat přehled o nejvýraznějších trendech na trhu in-store komunikace.



POP AI AWARDS 2018 rewarded the best creations for points of sale

Organized annually by the POP AI Central Europe Association, the POP AI AWARDS competition is traditionally seen as a prestigious in-store communication event aimed both at creators and advertisers at points of sale. The tenth year of the competition, which took place at the end of 2018 as a part of the programme of the POP AI DAY international event, presented 105 in-store exhibits competing in 20 categories. The POP AI AWARDS offered a unique opportunity to get acquainted with the latest projects for effective communication at the point of sale and with new forms of communication with customers as well as to get an overview of the most distinctive trends in the in-store communication market.

K soutěžním exponátům patřily prostředky in-store komunikace, prostředky pro vybavení obchodů, nástroje světelné komunikace, informační a orientační systémy, projekty podpory prodeje, inovativní a ekologicky šetrná in-store řešení, integrované in-store kampaně atd. V samostatných soutěžních kategoriích soutěžily novinky z oblasti digitálních médií a také reklamní dárky v místě prodeje.

Ocenění „Absolutní vítěz soutěže“ získaly dva exponáty: **Jack Daniel's Truck**, který je společným projektem společností Advanced production a Brown-Forman Czechia, a **Paletové vystavení Captain Morgan**, které do soutěže přihlásila společnost DAGO.



Jack Daniel's Truck je využíván jako pojízdný bar na festivalech a promoakcích. Vizuální podoba trucku je inspirovaná dobovými motivy konce 19. století. Autentičnost trucku je zaručena a podpořena volbou tahače, jelikož jde o veterán vozidla MACK z roku 1979 upravený na zakázku. Industriální a konstrukční detaily jsou inspirovány starými automobily a vlaky, které dříve převážely sudy s whiskey Jack Daniel's. Celkovým konceptem trucku je spojení tradičního starého světa whiskey s moderním tvarem rozložitelné nástavby a moderními prvky uvnitř baru, který poskytuje pohodlný prostor

až pěti barmanům. Barová část odkazuje k tradičním saloonovým barům a westernu, výrazným prvkem je motiv dřeva - barová deska je vytvořena ze 150 let starých dřevěných trámů, aby korespondovala se stářím a kvalitou značky Jack Daniel's. Přední pohledová část baru je pak vyrobena z opalovaného dřeva – analogie k 2x vypalovaným sudům, ve kterých Jack Daniel's zraje. Zároveň bar splňuje nejmodernější nároky pro komfort barmanů i hostů. Truck je vybaven vitrínou s prodejem merchandisingu značky, interaktivním menu, audiosystémem a LED obrazovkou s inteligentním light systémem.



Paletové vystavení Captain Morgan bylo vytvořeno pro společnost Stock Plzeň-Božkov a je instalováno v hypermarketech. Paletový ostrov Captain Morgan evokuje prvky lodní konstrukce převážející vzácný náklad v podobě skvělého alkoholického nápoje. Provedení v barvách dřeva s prémiovými černými prvky vnáší do designu svěží vítr při zachování silných a tradičních komunikačních prvků značky, kterými jsou samotná postava kapitána a kormidlo. Zakulacený dominantní střed s červenou stříškou vdechuje paletovému vystavení originalitu a jistou jemnost, která lahodí nejen pánům, ale i náročnému dámskému oku, čímž jen potvrzuje, že cílí na široké spektrum zákazníků. Na této lodi opravdu stojí za to plout.



In-store realizace, kterou do soutěže přihlásila společnost Innate pod názvem **Monument katedrály sv. Víta Ferrero Rocher**, byl v soutěži oceněn jako nejlepší POP materiál na bázi papíru. Zároveň se tento projekt stal vítězem kategorie Potraviny. Katedrála svatého Víta je dominantou Pražského hradu, kterou stavěly celé generace našich předků. Na jejich počest se společnost Ferrero rozhodla v čase vánočním vytvořit zlatou siluetu naší nejvýznamnější památky. Naši předci na stavbu potřebovali 500 let. Tvůrci projektu potřebovali 8 000 pralinek Ferrero Rocher. Realizace byla vystavena v obchodním domě MY Tesco na ulici Národní v Praze v období listopad až prosinec 2018.

ných z opravdových surovin, až po hlavní komunikační prvek: speciálně upravený truck s multimediálním centrem kolem nějž vyrostlo na každé zastávce malé farmářské tržiště. Z restaurací u zastávek roadshow zákazníci směřovali dovnitř trucku na moderovanou prohlídku provozů klíčových dodavatelů či virtuální návštěvu restaurace McDonald's tak, jak ji vidí oči jejich zaměstnanců. U farmářského stánku si mohli přivonět, osahat a prohlédnout zeleninu a pečivo. V dětském koutku se seznámili s recyklací, či využili zábavné virtuální brýle nebo simulátor dojení krávy. U grilu pak mohli ochutnat skutečné stoprocentní hovězí maso, které McDonald's používá do burgerů. Vše na vlastní oči, na rovinu.

Kampaň dosáhla vynikajících výsledků jak z hlediska návštěvnosti, kdy se kapacita provozu roadshow téměř stabilně držela na plném vytížení, tak i ze závěrů průběžného výzkumu sledujícího, zda si návštěvníci z akce skutečně odnáší klíčová fakta o kvalitě ingrediencí. Pro samotnou společnost McDonald's však nebyl hlavním kritériem úspěšnosti pouze počet zákazníků, kteří mezi restaurací a roadshow prošli, ale také transparentnost celé akce. I v tomto bodě kampaň splnila své motto: Na rovinu sdělila vše podstatné.



Vítězství ve zvláštní kategorii „Integrované in-store kampaň“ získal projekt **McDonald's NA ROVINU TOUR** od společnosti up brand activation.

Pokrmu připravované v restauracích McDonald's se vyrábí z kvalitních ingrediencí za pomoci pečlivě sledovaných postupů. I přes dlouhodobou osvětu a transparentní komunikaci se zákazníci však mezi lidmi stále kolovala řada mýtů a nepravd. Proto bylo potřeba jít ještě o krok dále: nechat zákazníky, aby se přesvědčili sami. Po úspěšném odstartování kampaně Na rovinu v on-line byla zvolena forma přímé diskuze se zákazníky. Řešením se stala in-store kampaň kombinovaná s roadshow, jejíž cílem bylo uceleně informovat o kvalitě klíčových ingrediencí, nabídnout příležitost reálně si osahat vybrané z nich, a především umožnit virtuálně nahlédnout k dodavatelům, zpracovatelům i do samotné McDonald's kuchyně.

Klíčové slovo pro celou integrovanou kampaň znělo „opravdovost“. Jednotlivé komunikační nástroje nesly prvky poctivého, téměř farmářského designu – od koláží vytvoře-



Nejlepším projektem v kategorii Digitální komunikace se stal exponát **PURE TECH I**, který v soutěži představila společnost WANZL. Samostatně stojící chytrý regálový display pure tech je možné použít i na prezentaci konkrétní obchodní značky, značkových produktů nebo na vytvoření tematického záskutí na prodejní ploše. Pomocí stropních senzorů lze měřit množství zákazníků, dobu jejich setrvání před regálem a lze zkoumat i konverzní poměr. Regál může mít integrovanou chladicí jednotku a dotykovou obrazovku, která může rozšířit nabídku zboží o vlastní internetový obchod.

Letošní ročník soutěže POPAI AWARDS 2019 se uskuteční 21. 11. 2019 v Kongresovém centru TOP HOTELU Praha, Blažimská 1781/4, Praha 4 - Chodov.

Vítězné kategorií POPAI AWARDS 2018



Kategorie POTRAVINY

Monument katedrály sv. Víta Ferrero Rocher

Přihlašovatel: Innate s.r.o.



Kategorie NEALKOHOLICKÉ NÁPOJE

PALETOVÉ VYSTAVENÍ BIG SHOCK - DAKAR

Přihlašovatel: Dago, s.r.o.



Kategorie ALKOHOLICKÉ NÁPOJE, TABÁK

PALETOVÉ VYSTAVENÍ CAPTAIN MORGAN

Přihlašovatel: Dago, s.r.o.



Kategorie HORECA

Plzeňka

Přihlašovatel: Plzeňský Prazdroj a.s.



Kategorie

DROGÉRIE, KOSMETIKA

Paletové vystavení Persil

Přihlašovatel: atta creative s.r.o.



Kategorie

DOMÁCÍ POTŘEBY, BYTOVÉ DOPLŇKY, HOBBY

STOJANY CIRCLE Glass Water pro Lasvit

Přihlašovatel: Authentica, s.r.o.



Kategorie PÉČE O ZDRAVÍ
PULTOVÝ DISPLAY ORAL B
S UNIKÁTNÍM ZABEZPEČENÍM
 Přihlašovatel: Dago, s.r.o.



Kategorie HRAČKY
HASBRO NERF STŮL ELITE
 Přihlašovatel: atta creative s.r.o.



Kategorie PET FOOD
BEYOND PODLAHOVÝ DISPLAY
 Přihlašovatel: Dago, s.r.o.



Kategorie SLUŽBY
Futuristický pop-up Vodafone
 Přihlašovatel: WELLEN a.s.



Kategorie ELEKTRONIKA, IT PRODUKTY
Display Prima Donna
 Přihlašovatel: RETAIL OF THE FUTURE, s.r.o.



Kategorie TEXTIL, SPORT, OBUV, OSOBNÍ POTŘEBY A PŘÍSLUŠENSTVÍ
NIKE ZOOM PEGASUS TURBO
 Přihlašovatel: WELLEN a.s.



Kategorie SVĚTLNÁ KOMUNIKACE, ORIENTAČNÍ A INFORMAČNÍ SYSTÉMY
PALETOVÉ VYSTAVENÍ JÄGERMEISTER
 Přihlašovatel: Dago, s.r.o.



Kategorie VYBAVENÍ INTERIÉRŮ OBCHODŮ
O2 Future Shop
 Přihlašovatel: MORIS design s.r.o.



Kategorie
PROSTŘEDKY PRO SLUŽBY PODPORY PRODEJE
Jack Daniel's Truck

Přihlašovatel: **Advanced production s.r.o.**



Kategorie
REKLAMNÍ DÁRKY V MÍSTĚ PRODEJE
DÁRKOVÝ SET WATERDROP

Přihlašovatel: **Authentica, s.r.o.**



Kategorie **REKLAMNÍ DÁRKY V MÍSTĚ PRODEJE**
Kolekce filcových dárků

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



Kategorie **EKOLOGICKÉ KONCEPCE**
Veletřní stánek z kartonu Paketo.one

Přihlašovatel: **Paketo.one / G.N.P. spol. s r.o.**



Kategorie **OSTATNÍ (PROTOTYPY, VZORKY)**
SMART DISPENSER

Přihlašovatel: **DEKOR, spol. s r. o.**



POPAI STUDENT AWARD

Daniela Krofiánová
General Manager POPAI CE

Studenti představili nové projekty pro místo prodeje již po dvanácté

POPAI CE dlouhodobě podporuje novou generaci odborníků oboru marketing at retail v rámci kontinuálního programu spolupráce se studenty a zástupci středních a vysokých škol se specializací na marketingovou podlinkovou komunikaci v České republice a na Slovensku.

Součástí programu je úspěšný projekt soutěže POPAI STUDENT AWARD, který každoročně zviditelňuje práce mladých talentů a budoucích profesionálů v tomto oboru.

Studenti soutěží o nejlepší návrhy komunikačních prostředků a kampaní v in-store dle reálných zadání od konkrétních zadavatelů - partnerů soutěže. Soutěž je skvělou příležitostí k navázání kontaktů mezi zadavateli a soutěžícími prostřednictvím zajímavých návrhů studentů. Studenti získávají zpětné vazby a komentáře k soutěžním návrhům od zadavatelů reklamy a také od dalších odborníků na design a výrobu in-store komunikačních prostředků, kteří se vyjadřují k realizovatelnosti navrženého projektu z hlediska zvolených materiálů, výrobních technologií, úrovně designu, použitelnosti v retailovém prostředí atd.

Kdo zvítězil v POPAI STUDENT AWARD 2018?

V rámci POPAI STUDENT AWARD 2018 studenti prezentovali návrhy POP materiálů a návrhy komplexní podlinkové komunikační kampaně se zaměřením na POP média, které zpracovali na základě briefů od partnerů soutěže.



Coca-Cola HBC
Česko a Slovensko



Partnery POPAI STUDENT AWARD 2018 byly společnosti Budějovický Budvar, n.p., Coca-Cola HBC Česko a Slovensko, s.r.o., a Pilsener Pils a.s.



POLYCASA
YOUR HOME
FOR PLASTICS
AND COMPOSITES

Partnerem - dodavatelem materiálů zdarma pro soutěžící byla společnost 3A Composites – POLYCASA.



POPAI STUDENT AWARD Students have presented new projects for points of sale for the twelfth time

On a long term basis POPAI CE has been supporting a new generation of marketing at retail experts in the context of a continuous programme of cooperation with students and representatives of universities and secondary schools specializing in below-the-line marketing communication in the Czech Republic and Slovakia. The programme also includes the successful project of the POPAI STUDENT AWARD competition, which annually makes the work of young talents and future professionals in this field more visible. Students compete for the best designs of in-store communication means and campaigns matching the briefs from the actual advertisers – partners of the competition.

Do tohoto ročníku soutěže byl přihlášen dosud rekordní počet soutěžních prací - 74 studentských návrhů. Do soutěže se zapojili studenti z těchto škol: Fakulta multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati, Fakulta sociálních věd Univerzity Karlovy, Technická univerzita ve Zvolenu, Střední umělecká škola Ostrava, Střední škola umění a designu Brno a Střední škola vizuální tvorby Hradec Králové.

Ocenění loňského ročníku soutěže byla slavnostně předána na galavečeru POPAI DAY 2018, který proběhl 29. listopadu 2018 v Kongresovém centru TOP Hotelu Praha.



Vítězem v kategorii Design POP materiálu dle briefu společnosti Coca-Cola HBC Česko a Slovensko se stala soutěžní práce **Řešení prodejního stojanu Coca-Cola** od autorky Kateřiny Kochánkové z Fakulty multimediálních komunikací UTB ve Zlíně.

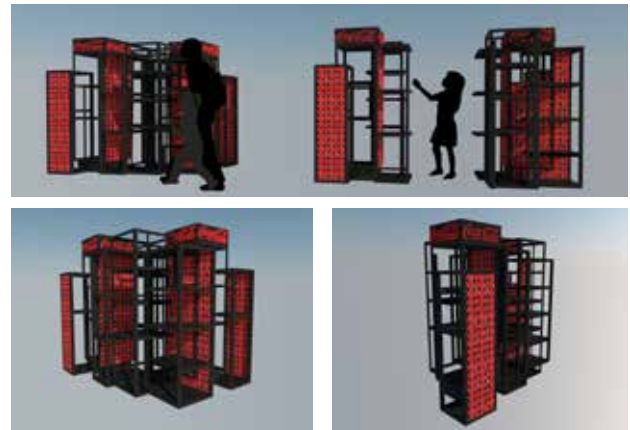


V kategorii Design POP materiálu dle briefu společnosti Budějovický Budvar zvítězil soutěžní návrh **Prodejní stojan Czechvar**, jehož autorem je Václav Koňářík rovněž z Fakulty multimediálních komunikací UTB ve Zlíně.



Na prvním místě se v kategorii Návrh in-store komunikační kampaně dle briefu společnosti Plzeňský Prazdroj umístila práce **In-store aktivace Excelentu**. Autorkami vítězného návrhu jsou Karolína Tomanová, Eliška Čuhelová, Anna Krabcová, Veronika Müllerová a Denisa Šenkýřová z Fakulty mezinárodních vztahů Vysoké školy ekonomické v Praze.

V soutěži byla rovněž udělena zvláštní ocenění.



V kategorii Design POP materiálu dle briefu společnosti Coca-Cola HBC Česko a Slovensko získala Cenu za kreativitu Katarína Bérešová z Technické univerzity vo Zvoleně za návrh **Podlahový stojan Coca-Cola**.



V kategorii Design POP materiálu dle briefu společnosti Budějovický Budvar převzala Cenu zadavatele Budějovický Budvar Radka Gičevová z Fakulty multimediálních komunikací UTB ve Zlíně. Ocenění bylo uděleno za její návrh **Czechvar**.



V této kategorii si rovněž odnesla Cenu za kreativitu Gabriela Metzová ze Střední umělecké školy Ostrava za soutěžní práci **Czechvar stojan**.

Soutěž Hvězda 3D reklamy nejlepší realizace v oblasti 3D reklamy

Soutěž Hvězda 3D reklamy každoročně prezentuje nejzajímavější novinky v oblasti 3D reklamy na našem trhu. Tato prestižní soutěž s dlouholetou tradicí nabízí jedinečnou přehlídku nových reklamních a dárkových předmětů u nás, inspiruje a odhaluje trendy v tomto oboru.

Daniela Krofiánová
General Manager POPAI CE

Soutěž, která letos vstupuje již do 19. ročníku své existence, je pořádána asociací POPAI CE.

Zvyšuje prestiž soutěžních prací a soutěžících společností, které zviditelňuje v rámci mediální kampaně i během samotné soutěže. Soutěžít mohou české i zahraniční firmy, které pracují s 3D reklamou, ať již jde o dodavatele reklamních a dárkových předmětů, agentury, promotion teamy, zadavatele reklamy, zástupce retailu atd.

Reklamní a dárkové předměty jsou v soutěži zastoupeny v sedmi hlavních produktových kategoriích. Soutěž rovněž zahrnuje dvě zvláštní soutěžní kategorie. Součástí soutěže je zvláštní kategorie Reklamní předmět 3. milénia, jejíž cílem je podporovat tvorbu individuálního designu mladých tvůrců – studentů. Pro zvýšení motivace těch, kteří se soutěže dosud nezúčastnili, je určena zvláštní kategorie Hvězdná brána.

Letošní ročník soutěže Hvězda 3D reklamy 2019 bude vyhlášen ke dni 31. 5. 2019. Od této doby bude možné zasílat přihlášky. Uzávěrka soutěže je 27. 9. 2019.

Star of 3D Advertising Competition - the best innovations in 3D advertising

Every year the Star of 3D Advertising Competition presents the most interesting 3D innovations in this segment of our market. This prominent event with a long tradition not only offers a unique demonstration of new promotional and gift items in our country but also inspires and reveals trends in this field. Held for the nineteenth time in succession, the competition is organized by the POPAI CE Association. The event increases the prestige of the entries and competing companies also by making them more visible during the media campaign as well as the competition itself.



Výsledky soutěže budou vyhlášeny v rámci galavečera významné oborové akce POPAI DAY 2019, který se bude konat 21. listopadu 2019 v Kongresovém centru TOP Hotelu Praha na pražském Chodově. Expozice všech soutěžních předmětů Hvězda 3D reklamy 2019 bude součástí celodenního programu POPAI DAY.

Ohlédnutí za soutěží Hvězda 3D reklamy 2018

REDA[®]

Hlavním partnerem minulého ročníku soutěže byla společnost **REDA a.s.**

SPEED PRESS +
reklamní a dárkové předměty

RESPIRO[®]
Green design for a better future

Soutěž rovněž podpořily společnost **SPEED PRESS Plus a.s.** jako partner soutěžní kategorie „Reklamní textil“ a společnost **RESPIRO** jako partner soutěžní kategorie „Tailor made“.

MAM
Marketing & Media

Mediálním partnerem soutěže byl časopis **Marketing & Media**.

Slavnostní vyhlášení výsledků soutěže a předání cen vítězům proběhlo 29. listopadu 2018 v rámci galavečera POPAI DAY 2018 v Kongresovém centru TOP Hotelu Praha, Praha 4 Chodov.

V soutěži se představilo celkem 74 předmětů v osmi soutěžních kategoriích.



Nejvyšší ocenění „Absolutní vítěz soutěže“ získal exponát **Lítomikroje** od společnosti **H.R.G. spol. s r.o.** Dárková vánoční sada tiskárny H.R.G. vychází z motivu tradičního litomyšlského kroje, jehož neoriginálnější součástí byly červené punčochy. Cílem celého setu bylo oživení, připomenutí a popularizace litomyšlského kroje, jeho součástí a jeho motivů. Sada obsahuje originální diář, dva typy kalendáře, balicí papíry, blok, papírový bumerang, plátěnou tašku, a především repliku červených zdobených ponožek. Set měl mezi zákazníky veliký úspěch a zejména ponožky, spojující historický motiv s moderním designem, se staly hitem a byl o ně velký zájem.



Cena „Inovace roku“ byla udělena exponátu **SKLÁDACÍ LUPA - DŘEVĚNÝ MIKROSKOP KR NAP**. Projekt v soutěži představila společnost **SPEED PRESS Plus a.s.** - reklamní a dárkové předměty, která byla spolu se Správou Krkonošského národního parku autorem této soutěžní realizace. Skládací lupa - dřevěný mikroskop je vhodný k pozorování všech drobných předmětů, menších rostlin a kamínků. Stativ je vyrobený z tvrdého dřeva s kruhovou základnou o průměru 75 mm a v ose kolmo ke kruhové základně jsou vztyčeny dvě nohy, rovněž z tvrdého dřeva. Součástí produktu je bifokální čočka. Celý mikroskop je zabalen v pevné kartonové krabici vhodné k transportu v batohu. Produkt i balení jsou označeny názvem, logem klienta a grafickým prvkem projektu. Produkt byl vyrobený na zakázku dle požadavku a zadání klienta.



V soutěžní kategorii „Reklamní předmět 3. milénia“ zvíťazila práce **VYPĚSTUJ SI...** od autorek Markéty Blažkové a Hany Albrechtové ze Střední umělecké školy, Ostrava.

Vypěstuj si... je produkt z recyklovaného kartonu, který slouží jako reklamní předmět. Je složen z dvou částí: květináčku - sadbovače a návodu na pěstování. Sadbovač je určen k vyklíčení rostlin. Jeho tvar vychází z origami a je v něm umístěn papírový obal se semínky. Do složené podoby jej pevně fixuje druhá část produktu - přeložený kartón. Na jeho vnitřní straně je formou piktogramů zobrazen návod na pěstování. V grafické úpravě je využito dvou barev: černé a zelené. Po vyklíčení stačí bylinky spolu s květináčkem zasadit do půdy. Bylinky rostou a květináček se rozloží, tudíž je plně ekologický a nezatěžuje životní prostředí. Kolekci tvoří 6 variant sadbovačů.



**POPai
FORUM**



**POPai
AWARDS**



**POPai
STUDENT
AWARD**

Významné projekty POPAI CE

V rámci POPAI CENTRAL EUROPE funguje několik pracovních skupin, z nichž každá je zaměřena na určitý okruh činností asociace: medializace POPAI a jejích 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 Digitální komunikace, sekce Reklamní předměty atd.

K významným projektům POPAI CE patří:

- **Kontinuální vzdělávací program - Univerzita POPAI**
- **Průzkumy efektivity nástrojů marketingové komunikace, analýzy nákupního chování, monitoring POP trhu, analýzy postojů zadavatelů reklamy a maloobchodu k prostředkům in-store komunikace.**
- **POPai DAY**
Mezinárodní soutěž POPAI AWARDS o nejlepší prostředky komunikace a reklamy v prodejních místech
Konference POPAI FÓRUM mezinárodní účastí o současných výzvách, potenciálu a budoucnosti místa prodeje
- **Soutěž POPAI STUDENT AWARD o nejlepší studentské návrhy komunikačních projektů v prodejních místech**
- **Klub zadavatelů**
Oborová platforma spojuje zadavatele reklamy s jejich realizátory a retailovými zástupci a nabízí celoroční program všem, kteří chtějí být v kontaktu s trendy a inovacemi v retailu.
- **Program pro oblast digitální komunikace**
- **Program pro oblast reklamních předmětů**
- **Soutěž Hvězda 3D reklamy**
- **Celoroční informační servis pro členy POPAI CE**
- **Průvodce oborem marketing at retail**
- **Mapa marketingových komunikací**
- **Kalendář tuzemských a zahraničních akcí v oblasti marketingu a retailu**
- **POPai imPULSE – pravidelný newsletter o novinkách z in-store**
- **Typologie POP médií**
- **Základní kritéria rentability investic (ROI) do in-store marketingové komunikace**



Significant POPAI CE projects

Several groups operate within the scope of POPAI CENTRAL EUROPE, of which each is focused on a certain area of the association's operations: promotion of POPAI 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 communication, a section for gifts and promotional items area etc.

The major POPAI CE projects are as follows:

- **Continuous education programme – POPAI University**
- **Research on the effectiveness of marketing communication tools, analysis of shopping behavior, monitoring of POP market, studies focused on retailers' and advertisers' attitudes towards POP.**
- **POP AI DAY**
International POPAI AWARDS contest for the best at-retail communication and advertising media
POP AI FORUM – international conference on current challenges, potentials and future of the points of sale
- **POP AI STUDENT AWARD contest for the best student designs of in-store communication projects**
- **Advertisers' club**
industry platform connecting advertisers with retail representatives and POP producers, a year-round program on trends and innovations in retail
- **Programme in the field of digital communication**
- **Programme in the field of gift and promotional items**
- **Competition Star of 3 dimensional advertising**
- **Year-round information service for POPAI CE members**
- **Guide through the marketing at retail industry**
- **Map of Marketing Communications**
- **Calendar of domestic and foreign events within the field of marketing and retail**
- **POP AI impulse - a regular newsletter on news from the in-store area**
- **Typology of POP media**
- **Basic criteria of return on investment (ROI) in in-store marketing communication**

Členové POPAI CENTRAL EUROPE

POPAI CENTRAL EUROPE members



POLYCASA

YOUR HOME
FOR PLASTICS
AND COMPOSITES

3A Composites GmbH - Polycasa

Alusingenplatz 1, 78224 Singen, Německo
kontaktní osoba: Kateřina Procházková
tel.: +420 602 454 288
e-mail: katerina.prochazkova@polycasa.com
www.display.3AComposites.com



3M Česko spol. s r.o.

V Parku 2343/24, 148 00 Praha 4, Česká republika
kontaktní osoba: Tomáš Blažek
tel.: +420 601 364 804
e-mail: tblazek.cw@mmm.com
www.3m.cz



94 MINUTES s.r.o.

Bohunická 81, 619 00 Brno, Česká republika
kontaktní osoba: Pavel Vlácil
tel.: +420 516 116 394, +420 602 738 399
e-mail: p.vlacid@94minutes.cz
www.94minutes.cz



ACNielsen Czech Republic s.r.o.

City Tower, Hvězdova 1716/2b, 140 78 Praha 4,
Česká republika
kontaktní osoba: Andrea Vozníková
tel.: +420 720 547 068
e-mail: andrea.voznikova@nielsen.com
www.nielsen.com



ADLER
CZECH A.S.

ADLER Czech, a.s.

Oblouková 391, 403 40 Ústí n. Labem, Česká republika
kontaktní osoba: Martina Weberová
tel.: +420 475 240 546
e-mail: martina.weberova@adler.info
www.adler.info



Albert Česká republika, s.r.o.

Radlická 117, 158 00 Praha 5, Česká republika
kontaktní osoba: Lenka Jakešová
tel.: +420 725 426 716
e-mail: lenka.jakesova@albert.cz
www.albert.cz



ASTRON print, s.r.o.

Veselská 699, 199 00 Praha 9, Česká republika
kontaktní osoba: Jan Hodek
tel.: +420 606 667 620
e-mail: jhodek@astron.cz
www.astron.cz

Atozretail

ATOZ Marketing Services, spol. s r.o.

Holečkova 29, 150 00 Praha 5, Česká republika
kontaktní osoba: Jana Lysáková
tel.: +420 733 559 495, +420 246 007 201
e-mail: jana.lysakova@atoz.cz
www.atoz.cz

authentica[®]
GLOBAL RETAIL PARTNER

Authentica, s.r.o.

Lazaretní 1/7, 615 00 Brno - Zábřovice,
Česká republika
kontaktní osoby: Martin Hasilík, Eva Pažoutová
tel.: +420 548 217 991
e-mail: martinhasilik@authentica.cz;
evapazoutova@authentica.cz
www.authentica.cz



AV MEDIA

komunikace obrazem

AV MEDIA, a.s.

Pražská 63, 102 00 Praha 10, Česká republika
kontaktní osoby: David Lesch, Jiří Plátek
tel.: +420 261 260 218, +420 261 227 648
e-mail: david.lesch@avmedia.cz,
jiri.platek@avmedia.cz
www.avmedia.cz



Úsměv pro každého

BEL sýry Česko a.s.

Pražská 218, 675 26 Želetava,
Česká republika
kontaktní osoba: Tereza Mercelová
tel.: +420 568 409 911
e-mail: tmercelova@groupe-bel.com
www.belsyry.cz



Bonduelle Central Europe, Kft.

Ceglédi út 25, 2750 Nagykőrös, Maďarsko
kontaktní osoba: Lucia Cangárová
tel.: +420 222 811 028
e-mail: lucia.cangarova@bonduelle.com
www.bonduelle.cz



Brand Concept s.r.o.

F. X. Procházky 162/9, 250 01 Brandýs nad Labem,
Česká republika
kontaktní osoba: Ondřej Hruška
tel.: + 420 773 618 664
e-mail: hruska@brandconcept.cz
www.brandconcept.cz



BROWN-FORMAN

Brown-Forman Czechia, s.r.o.

Klimentská 1216/46, 110 00 Praha - Nové Město,
Česká republika
kontaktní osoba: Martina Jurková
tel.: +420 734 649 720
e-mail: martina_jurkova@b-f.com
www.brown-forman.com



Budějovický Budvar, n. p.

K. Světlé 512/4, 370 04 České Budějovice,
Česká republika
kontaktní osoba: Ing. Alžběta Eignerová
tel.: +420 728 566 252
e-mail: alzbeta.eignerova@budvar.cz
www.budejovickybudvar.cz



Coca-Cola HBC
Česko a Slovensko

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

Českokobrodská 1329, 198 21 Praha 9 - Kyje,
Česká republika
kontaktní osoba: Marcela Pecháčková
tel.: + 420 735 707 618
e-mail: marcela.pechackova@cchellenic.com
www.coca-cola.cz

C O T Y

BEAUTY, CELEBRATED & LIBERATED

COTY Česká republika s.r.o.

Na Okraji 335/42, 162 00 Praha 6, Česká republika
kontaktní osoba: Jan Pavliš
tel.: +420 233 020 111
e-mail: Jan_Pavlis@cotyinc.com
www.coty.com



CZECH PROMOTION
SYSTEMS

CZECH PROMOTION systems s.r.o.

Thámová 13, 180 00 Praha 8, Česká republika
kontaktní osoba: Miroslav Netušil
tel.: +420 222 362 656, +420 604 366 603
email: Miroslav.Netusil@promotion.cz
www.promotion.cz

čermák
design

ČERMÁK DESIGN, s.r.o.

K Verneráku 490/31, 148 00 Praha 4 - Kunratice,
Česká republika
kontaktní osoba: Ing. arch. Petr Čermák
tel.: +420 603 832 419
e-mail: cermak@cermak-design.cz
www.cermak-design.cz



ČESKÁ
POJIŠŤOVNA

Česká pojišťovna

Na Pankráci 123, 140 00 Praha 4,
Česká republika
kontaktní osoba: Martin Moláček
tel.: +420 224 557 316
e-mail: martin.molacek@ceskapojistovna.cz
www.ceskapojistovna.cz

est. 1991

MANUFAKTURA®

Český národní podnik - MANUFAKTURA

Melantrichova 17, 110 00 Praha 1,
Česká republika
kontaktní osoba: Barbora Kadičová
tel.: +420 734 262 935
e-mail: bara.kadicova@manufaktura.cz
www.manufaktura.cz

DAGO®

DAGO, s.r.o.

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



Danone a. s.

Vinohradská 2828/151, 130 00 Praha 3,
Česká republika
kontaktní osoba: Kateřina Horová
tel.: +420 721 843 193
e-mail: katerina.horova@danone.com
www.danone.cz

DEKOR

DEKOR spol. s r.o.

Hradištská 849, 687 08 Buchlovice,
Česká republika
kontaktní osoba: Ing. Libor Jordán
tel.: +420 572 430 555
e-mail: libor.jordan@dekor.cz
www.dekor.cz



DIAM POLAND SP. z o.o.

ul. Wrocławska 56, 56-410 Dobroszyce, Polsko
kontaktní osoba: Ewelina Cichońska
tel.: +48 507 024 504
e-mail: ewelina.cichonska@diaminter.com
www.diaminter.com

eclipse.

Eclipse Print a.s.

Přátelství 681/1, 104 00 Praha 22,
Česká republika
kontaktní osoba: Martin Zelenka
tel.: +420 283 012 555
e-mail: zelenka@eclipse-print.com
www.eclipse-print.com

ExTech s.r.o.

ExTech s.r.o.

Tupadly 99, 285 63 Tupadly, Česká republika
kontaktní osoba: Petr Kavánek
tel.: +420 724 187 114
e-mail: kavanek@extech.eu
<https://www.quantretail.cz>



ferratt international

Ferratt International Czech, s.r.o.

Vlastibořská 2828/6, 193 00 Praha 20 - Horní
Počernice, Česká republika
kontaktní osoba: Filip Červinka
tel.: +420 226 238 700
e-mail: filip.cervinka@ferratt.com
www.ferratt.com

FORTES

INTERACTIVE

FORTES interactive, s.r.o.

Palackého třída 56, 612 00 Brno, Česká republika
kontaktní osoba: Libor Vošický
tel.: +420 605 013 046
e-mail: libor@fortes.cz
www.fortes.cz

paketo.one

G.N.P. spol. s r.o.

Dolní Jasenka 279, 755 01 Vsetín, Česká republika
kontaktní osoba: Ing. Petr Dobeš
tel.: +420 571 413 122
e-mail: info@paketo.one
www.paketo.one



EMOTIONS TO YOUR BRAND & PLACE

GAIA GROUP SE

Xaveriova 1946/5, 150 00 Praha 5, Česká republika
kontaktní osoba: Aleš Štibinger
tel.: +420 721 844 889
e-mail: ales.stibinger@gaiagroup.cz
www.gaiagroup.cz



GfK Czech, s.r.o.

Na Hřebenech II 1718/10, 140 00 Praha 4,
Česká republika
kontaktní osoba: Zdeněk Skála
tel.: +420 603 893 584
e-mail: zdenek.skala@gfk.com
www.gfk.com/cz



Globus ČR, k.s.

Kostelecká 822/75, 196 00 Praha 9 - Čakovice,
Česká republika
kontaktní osoba: Radka Čermáková
tel.: + 420 724 655 723
e-mail: r.cermakova@globus.cz
www.globus.cz



H.R.G. spol. s r.o.

Svitavská 1203, 570 01 Litomyšl, Česká republika
kontaktní osoba: Jan Gloser
tel.: +420 728 847 264 • e-mail: jan.gloser@hrg.cz
www.hrg.cz



Hasbro Czech, s. r.o.

City Tower, Hvězdova 1716/2B, 140 78 Praha 4,
Česká republika
kontaktní osoba: Miroslava Zdeňková
e-mail: miroslava.zdenkova@hasbro.co.uk
www.hasbro.com/cs-cz/



Heineken Česká republika, a.s.

U Pivovaru 1, 270 53 Krušovice, Česká republika
kontaktní osoba: Jana Hronová • tel.: +420 702 200 102
e-mail: jana.hronova@heineken.com
www.heinekenceskarepublika.cz



HIT CZ s.r.o. - Poděbradská papírna

U Bažantnice 983, 290 01 Poděbrady, Česká republika
kontaktní osoba: Jakub Jaksch
tel.: +420 731 502 045 • e-mail: jaksch@hitcz.cz
www.hitcz.cz



HL Display Česká republika, s.r.o.

Zelený pruh 95/97, 140 00 Praha 4 - Braník,
Česká republika
kontaktní osoba: Vojtěch Motl
tel.: +420 241 442 591, +420 606 655 546,
e-mail: vojtech.motl@hl-display.com
www.hl-display.cz

HL Display Slovensko, s.r.o.

Černyševského 10, 851 01 Bratislava, Slovensko
kontaktní osoba: Martin Rovenský
tel.: +421 911 447 474 • e-mail: info.sk@hl-display.com
www.hl-display.sk



Horma - P.O.P. Displays

Havlíčková 2838, 767 01 Kroměříž, Česká republika
kontaktní osoby: Ing. Jozef Horňák,
Ing. Mária Horňáková
tel.: +420 573 338 280, +420 602 192 645
e-mail: horma@horma.cz
www.horma.cz



Cheil Czech and Slovak

V Parku 2294/4, 148 00 Praha 4, Česká republika
kontaktní osoba: Nicole Lypinska
tel.: +420 774 924 606
e-mail: n.lypinska@cheil.com
www.cheil.com

CHEP

A Brambles Company

CHEP CZ s.r.o.

Karla Engliše 3219/4, 150 00 Praha 5, Česká republika
kontaktní osoba: Matěj Smetana
tel.: +420 727 939 566
e-mail: matej.smetana@chep.com
www.chep.com



I.D.C. Praha, a.s.

Kubánské náměstí 11, 100 00 Praha 10 - Vršovice,
Česká republika
kontaktní osoba: Michaela Babůrková
tel.: + 420 222 814 411
e-mail: baburkova@idcpraha.cz
www.idcpraha.cz



imi partner

iMi Partner, a.s.

Dusíkova 3, 638 00 Brno, Česká republika
kontaktní osoba: Ing. Tomáš Kaderka
tel.: +420 545 425 411
e-mail: sekretariat@imi.cz
www.imi.cz



Imperial Tobacco CR, s.r.o.

Radlická 3201/14, 150 00 Praha 5, Česká republika
kontaktní osoba: Jaroslav Fišer
tel.: +420 296 541 169
e-mail: jaroslav.fiser@cz.imptob.com
www.imperial-tobacco.cz

inetprint

JEDNODUŠE ON-LINE

iNET Solutions s.r.o.

Hostivařská 92/6, 102 00 Praha 10 - Hostivař,
Česká republika
kontaktní osoba: Přemysl Piska
tel.: + 420 602 348 973
e-mail: piska@inetprint.cz
www.inetprint.cz

jansendisplay®

see the difference!

Jansen Display s.r.o.

Přestanov 5, 403 17 Přestanov,
Česká republika
kontaktní osoba: Jiří Hubka
tel.: +420 224 817 477
e-mail: info@jansen-display.cz
www.jansen-display.cz



JT International spol. s r.o.

Na Pankráci 1683/127, 140 00 Praha 4,
Česká republika
kontaktní osoba: Jana Toušková
e-mail: Jana.Touskova@jti.com
www.jti.com/cz



Karlovarské minerální vody, a.s.

Horova 3, 360 21 Karlovy Vary,
Česká republika
kontaktní osoba: Michal Vrbka
e-mail: michal.vrbka@mattoni.cz
www.kmv.cz



Ki-Wi Digital, s.r.o.

Lidická 25, 602 00 Brno,
Česká republika
kontaktní osoba: Jan Slavík
tel.: +420 602 220 899
e-mail: jan.slavik@ki-wi.cz
www.ki-wi.cz

KNOWINSTORE

KNOWINSTORE s.r.o.

Komunardů 20, 170 00 Praha 7 - Holešovice,
Česká republika
kontaktní osoba: Sabina Milerová
tel.: +420 728 719 972
e-mail: milerova@know.cz
www.knowlimits.cz

L'ORÉAL PARIS

L'Oréal Česká republika s.r.o.

Plzeňská 213/11, 150 00 Praha 5 - Smíchov,
Česká republika
kontaktní osoba: Veronika Maurerová
tel.: +420 724 930 985
e-mail: veronika.maurerova@loreal.com
www.loreal.cz

makro

MAKRO Cash & Carry ČR s.r.o.

Jeremiášova 1249/7, 155 00 Praha 5 - Stodůlky,
Česká republika
kontaktní osoba: Lenka Hanáčková
tel.: +420 603 850 583
e-mail: lenka.hanackova@makro.cz
www.makro.cz



Mapa Spontex CE s.r.o.

Prodašice 4, 294 04 Dolní Bousov, Česká republika
kontaktní osoba: Jarmila Jeřábková
e-mail: jarmila.jerabkova@newellco.com
www.spontex.cz

MARS

MARS Czech, s.r.o.

Michelská 1552/58, 141 00 Praha - Michle,
Česká republika
kontaktní osoba: Jakub Fahrner
tel.: +420 739 505 544
e-mail: jakub.fahrner@effem.com
www.mars.com/czech



... for your store

MBG, spol. s r.o.

Sadová 2323/4, 789 01 Zábřeh,
Česká republika
kontaktní osoba: Jiří Krňávek
tel.: + 420 731 444 452
e-mail: jiri.krnavek@mbg.cz
www.mbg.cz

Mondelez International

Mondelez Czech Republic s.r.o.

Karolinská 661/4, 186 00 Praha 8, Česká republika
kontaktní osoba: Václav Vršínský
tel.: +420 296 380 105, +420 602 204 595
e-mail: vaclav.vrsinsky@mdlz.com
www.mondelezinternational.com



MOBILESYSTEM

monit s.r.o. - MobileSYSTEM

Purkyňova 125, 612 00 Brno, Česká republika
kontaktní osoba: Jaroslav Kapoun
tel.: +420 773 111 501
e-mail: office@monit.cz
www.monit.cz

MORIS[®] DESIGN

MORIS design s.r.o.

Tiskařská 4, 108 00 Praha 10, Česká republika
kontaktní osoba: Adam Klofáč
tel.: +420 723 387 546
e-mail: moris@moris.cz
www.moris.cz



NERA DISPLAYS, s.r.o.

Kaštanová 467/125, 620 00 Brno - Brněnské Ivanovice,
Česká republika
kontaktní osoba: Jiří Němec
tel.: +420 739 418 566
e-mail: jiri.nemec@neradisplays.cz
www.neradisplays.cz



Good Food, Good Life

Nestlé Česko, s.r.o.

Mezi Vodami 2035/31, 143 20 Praha 4,
Česká republika
kontaktní osoba: Michaela Bernatová
tel.: +420 724 420 627
e-mail: michaela.bernatova@cz.nestle.com
www.nestle.cz

NUTRICIA

Nutricia a.s.

Na Hřebenech II 1718/10, 140 00 Praha 4, Česká republika

kontaktní osoba: Lenka Doleželová

tel.: +420 702 090 663

e-mail: lenka.dolezelova@danone.com

www.nutricia.cz



OMD Czech, a.s.

Lomnického 1705/9, 140 00 Praha 4, Česká republika

kontaktní osoba: Zdeněk Kubena

tel.: +420 222 077 222

e-mail: zdenek.kubena@omnicommediagroup.com

www.ombd.cz



Perfetti Van Melle Czech Republic, s.r.o.

Tomíčkova 2287/9, 148 00 Praha 4, Česká republika

kontaktní osoba: Radek Klouček

tel.: +420 244 466 500

e-mail: radek.kloucek@cz.pvmgrp.com

www.mentos.cz, www.chupachups.cz



PHILIP MORRIS ČR

Philip Morris ČR a.s.

Karlovo náměstí 10, 120 00 Praha 2,

Česká republika

tel.: +420 266 702 111

e-mail: philipmorris.cz@pmi.com

www.pmi.com

PHILIPS

Philips Česká republika s.r.o.

Rohanské nábřeží 678/23, 186 00 Praha 8 - Karlín, Česká republika

kontaktní osoba: Tomáš Besperát

tel.: +420 773 772 653

e-mail: tomas.besperat@philips.com

www.philips.cz



Plzeňský Prazdroj

Plzeňský Prazdroj, a.s.

U Prazdroje 7, 304 97 Plzeň, Česká republika

kontaktní osoba: Karel Kraus

tel.: +420 377 061 111

e-mail: info@prazdroj.cz

www.prazdroj.cz



POS Media Czech Republic s.r.o.

Budějovická 778/3, 140 00 Praha 4, Česká republika

kontaktní osoba: Michaela Urbanová

tel.: +420 733 350 272

e-mail: urbanova@posmedia.cz

www.posmedia.cz



ppm factum

Bucharova 1281/2, 158 00 Praha 13, Česká republika

kontaktní osoba: Jiří Král

tel.: +420 733 149 293

e-mail: kral@ppmfactum.cz

www.ppm.cz, www.ppmevents.cz

PRESCO GROUP

PRESCO GROUP, a.s.

Máchova 21, 120 00 Praha 2,

Česká republika

kontaktní osoby: Pavla Javorská, Jiří Dubják

tel.: +420 222 922 040

e-mail: javorska@prescogroup.cz, dubjak@pg.cz

www.presco.cz



PROST - orientální systémy s.r.o.

Dlážděná 7, 552 11 Velichovky, Česká republika

kontaktní osoba: Karel Brendl

tel.: +420 491 880 161

e-mail: prost@prost.cz

www.prost.cz



Quo s. r. o.

Křížíkova 2158, 256 01 Benešov,
Česká republika
kontaktní osoba: Jaroslav Opriš ml.
tel.: +420 737 797 111
e-mail: jaroslav.opris.ml@quo.eu
www.quo.eu



Red Bull

Red Bull Česká republika s.r.o.

Nad Paňankou 10, 160 00 Praha 6 - Dejvice,
Česká republika
kontaktní osoba: Petra Diamond
tel.: +420 233 091 331
e-mail: petra.diamond@redbull.com
www.redbull.com



REDA a.s.

Hviezdoslavova 55d, 627 00 Brno,
Česká republika
kontaktní osoba: Viera Černá
tel.: +420 548 131 111, +420 800 13 13 13
e-mail: info@reda.cz
www.reda.cz



**RETAIL
OF THE FUTURE**

RETAIL OF THE FUTURE, s.r.o.

Tanvaldská 1337/5, 182 00 Praha 8,
Česká republika
kontaktní osoba: Marie Zajíčková
tel.: +420 241 400 312, 420 603 862 933,
e-mail: marie.zajickova@retail-future.cz
www.retail-future.cz



REX spol. s r.o.

Bubenská 20, 175 00 Praha 7, Česká republika
kontaktní osoba: Vlastimil Král
tel.: +420 233 374 021
e-mail: rex@rex-reklama.cz
www.rex-reklama.cz



**SVETLNÁ REKLAMA &
INSTORE SOLUTIONS**

ROSS s.r.o.

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



**SVETLNÁ REKLAMA &
INSTORE SOLUTIONS**

ROSS CZ s.r.o.

Husinecká 19, 130 00 Praha 3, Česká republika
kontaktní osoba: Martin Pauliny
tel.: +420 608 370 770
e-mail: ross@ross.sk
www.ross.sk, www.ross.eu

SAMSUNG

**Samsung Electronics
Czech and Slovak, s.r.o.**

V Parku 2323/14, 148 00 Praha 4, Česká republika
kontaktní osoba: Karel Míla
tel.: +420 608 322 222
e-mail: k.mila@samsung.com
www.samsung.cz



SÁRA, s.r.o.

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

sittardia

Sittardia s.r.o.

Zeyerova 1456, 438 01 Žatec, Česká republika
kontaktní osoba: Jakub Petráš
tel.: +420 724 900 296
e-mail: jakub.petras@sittardia.cz
www.sittardia.cz



Sprint Trading s.r.o.

Koksární 10, 702 00 Ostrava - Přívoz, Česká republika
pobočky: Praha, Bratislava
kontaktní osoby: Monika Zezulková, Tomáš Bezecný
tel.: +420 597 317 800
e-mail: monika.zezulkova@sprint-trading.cz,
tomas.bezecny@sprint-trading.cz
www.sprint-trading.eu



SRP s.r.o.

Řehořova 26, 618 00 Brno, Česká republika
kontaktní osoba: Tereza Urbánková
tel.: +420 733 124 709
e-mail: tereza.urbankova@srp-reklama.cz
www.srp-reklama.cz



STI Česko s.r.o.

Žitná 123/21, 408 01 Rumburk, Česká republika
kontaktní osoba: Hana Rydvalová
tel.: +420 604 271 389
e-mail: hana.rydvalova@sti-group.com
www.sti-group.com



STOCK PLZEŇ - BOŽKOV s.r.o.

Palíreňská 641/2, 326 00 Plzeň, Česká republika
kontaktní osoba: Petra Kocourová
tel.: +420 720 977 633
e-mail: petra.kocourova@stock.cz
www.stock.cz



Store Media, s.r.o.

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



Store Media CZ, s.r.o.

Kryštofova 101, 140 00 Praha 4 - Háje, Česká republika
kontaktní osoba: Jitka Hánová • tel.: + 420 731 240 476
e-mail: hanova@storemedia.eu
www.storemedia.cz

STORY DESIGN

Member of umdasch The Store Makers

STORY DESIGN, a.s.

Moravská 949, 570 01 Litomyšl, Česká republika
kontaktní osoba: Ladislav Lána
tel.: +420 724 340 753, +420 461 613 313,
+420 461 613 112
e-mail: ladislav.lana@story-design.cz
www.story-design.cz



THIMM Obaly, k.s.

U Nádraží 498, 277 16 Všetaty, Česká republika
kontaktní osoba: Leoš Máslo
tel.: +420 602 247 103 • e-mail: Leos.Maslo@thimm.cz
www.thimm.cz



UGO! Media, s.r.o.

Elišky Přemyslovny 378, 156 00 Praha 5 - Zbraslav, Česká republika
kontaktní osoba: Marek Kolařík, MBA
tel.: +420 774 100 101
e-mail: m.kolarik@ugo-media.eu
www.ugo-media.eu



up brand activation, s.r.o.

Porážka 206/4, 602 00 Brno, Česká republika
kontaktní osoby: Mojmir Špalek,
Andrea Grossmannová
tel.: +420 543 237 293
e-mail: mojmir.spalek@upagency.cz,
andrea.grossmannova@upagency.cz
www.upba.cz



Upfield ČR, spol. s r.o.

Kateřinská 466/40, 120 00 Praha 2, Česká republika
kontaktní osoba: Eva Vicherek
tel.: +420 739 475 126
e-mail: eva.vicherek@upfield.com
www.upfield.com



Upfield Slovensko, spol. s r.o.

Vajnorská 100/B (Polus Tower II), 831 04 Bratislava, Slovensko
kontaktní osoba: Katarína Černeiová
tel.: +421 903 233 507
e-mail: katka.cerneiova@upfield.com
www.upfield.com

Ústav marketingových komunikací FMK UTB ve Zlíně

Univerzitní 2431, 760 01 Zlín, Česká republika
kontaktní osoba: Mgr. Josef Kocourek, Ph.D.
tel.: +420 606 777 292
e-mail: kocourek@utb.cz
www.fmk.utb.cz



Vitana, a.s.

Armády 245, 155 00 Praha 5, Česká republika
kontaktní osoba: Šárka Drábková
tel.: +420 257 198 111 • e-mail: vitana@vitana.cz
www.vitana.cz



WANZL spol. s r.o.

783 47 Hněvotín 333, Česká republika
kontaktní osoba: Mgr. Tomáš Trávníček
tel.: +420 724 493 943
e-mail: tomas.travnicek@wanzl.com
www.wanzl.cz



WELLEN
RETAIL
EXPERIENCE

WELLEN a.s.

Čerpadlová 991/4a, 190 00 Praha 9,
Česká republika
kontaktní osoba: Petr Šimek
tel.: +420 270 004 040
e-mail: info@wellen.cz
www.wellen.cz

WILLSON & BROWN

Willson & Brown Czech s.r.o.

Belgická 276/20, 120 00 Praha 2, Česká republika
kontaktní osoba: Jakub Teodorowski
tel.: +420 606 214 446
e-mail: jakub.teodorowski@willson-brown.com
www.willson-brown.com

YASHICA

REKLAMNÍ AGENTURA

YASHICA s.r.o.

Žďárského 186, 674 01 Třebíč, Česká republika
kontaktní osoba: Miroslav Křivánek
tel.: +420 606 505 332
e-mail: krivanekm@yashica.cz
www.yashica.cz

Čestný člen

- Ing. Boček Martin
- Mgr. Brabec Pavel
- Ing. Bukovská Blanka
- Hrubalová Monika
- Charvát Michal
- Ing. Juračka Zdeněk
- Mgr. Kaňovský Ivo
- Ing. Mikeš Jiří
- Ing. Nováková Marta
- Pavlata Libor
- Ing. Štádler Michal
- RNDr. Tamchyna Jaroslav
- doc. PhDr. Vysekalová Jitka, Ph.D.

Spolupracující subjekty

- Asociace českých reklamních agentur
a marketingové komunikace - AČRA MK
- Česká marketingová společnost - ČMS
- Sdružení dodavatelů
pro signmaking České republiky
- www.mistoprodeje.cz
- Svaz obchodu a cestovního
ruchu ČR - SOCR ČR
- Marketingový institut - MKTI
- Ipsos - agentura pro výzkum trhu
a veřejného mínění v České republice



POLYCASA

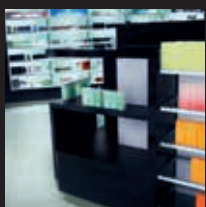
YOUR HOME
FOR PLASTICS
AND COMPOSITES

3A Composites GmbH

www.display.3AComposites.com

3A Composites (součástí firmy je Polycasa) vyrábí polotovary pro oblast vizuální komunikace. Jsme nadnárodní společnost s výrobkami po celé Evropě (i v Čechách), naše výrobky se uplatňují v průmyslu, designu, stavebnictví...

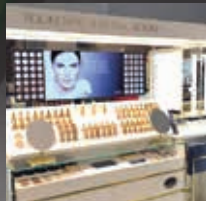
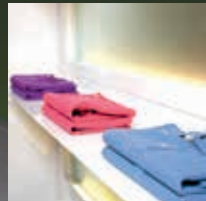
Používají se v při digitálním tisku, sítotisku, obložení budov, výrobě nápisů a log, výstavnictví, při výrobě světelných nábytků, zasklení, zakrytí střech, bazénů, výrobě POS/POP, vybavení obchodů, při tvorbě vnitřního designu....



SHOP DESIGN. SHOPFRONTS. NÁBYTKÁŘSTVÍ.



CORPORATE IDENTITY. EVENTMARKETING.



VELETRŽNICTVÍ. OBCHODNÍ A BYTOVÁ VÝSTAVBA.

MATERIÁLY PRO JEDINEČNÉ SVĚTY PLNÉ ZÁŽITKŮ.

Faktorem úspěchu jedinečných světů plných zážitků jsou hodnoty značky a s tím spojený životní styl dlouhodobého transportu po celém světě.

S tímto cílem společnost 3A Composites GmbH vyvíjí, vyrábí a prodává vysoce kvalitní materiály přesně pro takové světy plné zážitků: pestrá nabídka hliníkových kompozitních materiálů, plastových a papírových desek až po transparentní a translucenční desky, které se dají použít pro design prodejních prostor a interiérů, v nábytkářství, regály na zboží, cenovky, směrovky nebo označení kabin.

Velmi široká paleta produktů pro realizaci Vašich kreativních nápadů!

DIBOND® FOREX® SMART-X® KAPA® DISPA® LUMEX®
CRYLUX® CRYLON® LENTICULAR®



POLYCASA
YOUR HOME
FOR PLASTICS
AND COMPOSITES



3M™ Envision™ Grafická fólie 48C Přirozeně univerzální.

Grafická fólie 3M™ Envision™ 48C je nejuniverzálnější fólií střední jakosti bez PVC na trhu.

- Přizpůsobivá: k použití v interiéru i exteriéru, na stěny, okna, podlahy, jako částečný polep vozidel a mnohem více
- Nejlepší ve své třídě
- 100% kompatibilita s tiskárnami
- Certifikace nehořlavosti
- Vysoce trvanlivá vůči poškrábání a UV záření
- Rychlá a snadná instalace, rychlejší odstranění
- Zelenější řešení bez PVC za přijatelnou cenu

3M Česko spol. s r.o.

3M je přední globální technologická společnost se sídlem v St. Paul v USA. Již déle než 100 let vyvíjíme inovativní výrobky a řešení pro průmysl, dopravu, energetiku a telekomunikace, bezpečnost, zdravotnictví, kancelář a domácnost. Diversifikované portfolio 3M zahrnuje přes 50 tisíc výrobků.

Všechny výrobky spojuje jedna vlastnost – v daném odvětví představují inovativní řešení, které kromě důmyslnosti a efektivity podporuje udržitelnost, bezpečnost a zdraví lidí. Výrobky 3M jsou nabízeny například pod značkami Scotch™, Scotchcal™, Post-it®, VHB™, Cubitron™, Thinsulate™, Peltor™, Speedglas™ a dalšími.

www.3m.cz

Sledujte nás



94 Minutes s.r.o.

Letos tomu bude již **25 let** co poskytujeme komplexní nabídku služeb v oblasti marketingu a reklamy. Specializujeme se na značení, výrobu a prodej tradičních i originálních reklamních a dárkových předmětů. V našem balícím a logistickém centru zajišťujeme komplexně partnerské programy odměn. Filozofií společnosti je budování pevných dlouhodobých vztahů nejen s dodavateli a klienty, ale i uvnitř firmy. Naší předností je rychlost, flexibilita, spolehlivost a zodpovědný přístup.

V eshopu 94 Minutes <http://eshop.94minutes.cz/> lze nalézt nabídku více než 8000 reklamních, značkových a designových dárkových předmětů a textilu.

Nabízené služby:

- potisk reklamního zboží a textilu
- komplexní zajištění partnerských programů
- speciální zakázková výroba (EU, Asie...)
- pracovní, promo, eko a bio textil
- vlastní tiskové technologie
- grafické práce, výroba tiskovin

Reference:

Bosch, Vodafone, Pfizer, Korado, CZ NIC, Merck, Zoetis atd.

www.94minutes.cz

Novinky:

Rozšířili jsme vybavení o novou UV LED tiskárnu Mimaki UJF-3042MkII. Díky této technologii jsme schopni tisknout plnobarevně na reklamní předměty v nejvyšší možné kvalitě. Tiskárna umožňuje i tisk vysoce krycí bílé barvy a transparentního laku s vysokým leskem pro vynikající tiskové efekty.



Dotons - řekni to knoflíkem...

Doton je ozdobný, reklamní puntík na Váš knoflík. Dotonem můžete vyjádřit své pocity, tužby, příslušnost k firmě, značce, fandovství sp. klubu, maturitní třídě a nebo si ho jen vzít na ozdobu.



Adresa společnosti: Bohunická 81, Brno 619 00
Pobočka Praha: Drobná 5, Praha 102 00





ACNielsen Czech Republic s.r.o.

<http://www.nielsen.com/cz/cs.html>

Nielsen je globální výzkumná a analytická společnost, která poskytuje nejkomplexnější a nejdůvěryhodnější pohled na spotřebitele a trhy napříč celým světem. Už více než 90 let Nielsen poskytuje data a analýzy založené na vědeckém přístupu a inovacích a neustále rozvíjí nové způsoby řešení nejdůležitějších otázek společností působících v maloobchodě, a také mediálních a reklamních agentur díky elektronickým měřením médií a monitoringu reklamy. V rámci sledování rychloobrátkového zboží nabízí výrobcům a obchodním řetězcům rozsáhlý pohled na vývoj v oblasti FMCG. Nielsen propojuje prodejní data a výsledky spotřebitelských průzkumů s dalšími zdroji dat, vytváří cenové modely a analýzy, disponuje platformou na analýzu optimálního sortimentu a také věrnostních systémů. Nielsen je součástí indexu S&P 500 a působí ve více než 100 zemích, čímž pokrývá více než 90% světové populace.

NIELSEN EVERYDAY PRICE AND PROMOTION ANALYTICS

VYBAVTE VÁŠ TÝM JEDNODUCHÝMI A DOSTUPNÝMI NÁSTROJI, KTERÉ ZAJISTÍ LEPŠÍ CENY A PROMOČNÍ ROZHODNUTÍ KAŽDÝ DEN

Konkurenční prostředí se neustále mění, což znamená, že se vaše obchodní či revenue týmy musí neustále přizpůsobovat maloobchodním cenám a promočním strategiím nebo riskovat ztrátu příjmů a zisků. Ale kvůli časovým a zdrojovým omezením se často spoléhají na zastaralé směrnice, které nedokáží poskytnout tak důležitou přesnost nebo dělají „nejlepší odhady“ na základě minulých rozhodnutí. Výsledkem je, že **1 ze 3** cenových rozhodnutí selže a **59 % světových promocií nejsou efektivní**.

Díky řešení **Nielsen Everyday Price And Promotion Analytics** se obchodní či revenue týmy nebudou muset vyrovnávat s nedostatkem relevantních poznatků, které potřebují. Prostřednictvím jednoduchých a intuitivních nástrojů mohou nyní na vyžádání získat přístup k analýze ceny a promoci, čímž se mohou zaměřit na přesnější průběžné rozhodování, a to s konzistentním a datově řízeným přístupem. Jde o cenově dostupnou službu, a to i v případě využití v celém portfoliu kategorií, ne pouze u těch největších značek.



PRAVIDELNÉ NASTAVENÍ CEN

- Detekce potenciálních **objemových nebo ziskových driverů**
- **Hodnocení dopadů** na změnu ceny
- Nastavení **cenové strategie** podle jednotlivých položek
- **Přizpůsobení** cenové strategie trhu



PROMOČNÍ ANALÝZA

- Zjištění **nejúčinnější** položky pro cenovou **promoci**
- Ohodnocení **účinku promočních aktivit** a srovnání s konkurencí
- Pochopení **křivky zisku** a správné nastavení **hloubky slevy**



JEDNODUCHÁ SIMULACE

- **Ohodnocení a srovnání** dopadů změn ceny v **jednotkách, obratu a zisku**
- Simulace **dopadů promočních aktivit**



ADLER

CZECH A.S.

ADLER Czech, a.s.

www.adler.info

Společnost ADLER Czech, a.s. se sídlem v Ústí nad Labem patří mezi přední evropské dodavatele značkového reklamního textilu a také pracovních oděvů. Charakter obchodního modelu firmy je B2B založený na e-shopu, dostatečných skladových zásobách, rychlé logistice a dokonalých zákaznických službách. Jako přední hráč v daném sortimentu se značkami MALFINI, MALFINI Premium a Piccolio, které doplňují pracovní oděvy RIMECK a bezpečnostní obuv společnosti Bata Industrials, působí firma už v 25 zemích Evropy. Tržby ve výši 1,1 miliardy korun jsou výsledkem práce 250 zaměstnanců. Moderní, plně automatizovaný sklad v Ostravě disponuje denní kapacitou více než 25 milionů kusů reklamního textilu. Dodávky na klíčové trhy okolních států jsou realizovány do 24 hodin. Všechny produkty společnosti ADLER podléhají přísným zkušebním testům a nesou světově uznávanou pečeť kvality OEKO-TEX Standard 100.



MALFINI®

Kolekce triček s certifikátem GOTS

ORGANIC



171, 172 **ORIGIN** ▶
dámské & pánské tričko,
Single Jersey, 160 g/m²

173, 174 **NATIVE**
dámské & pánské tričko,
Single Jersey Slub, 150 g/m²



ŠETŘÍ ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ

▲ Naše organická trička jsou transparentně označena visačkou s logem GOTS a licenčním číslem. Logo GOTS s licenčním číslem je uvedeno také na etiketě za krkem a současně na etiketě se symboly údržby.



Albert Česká republika, s.r.o.

www.albert.cz

Albert Česká republika, s.r.o. provozuje obchodní řetězce Albert, Albert hypermarket (dříve Hypernova), Interspar a Spar.

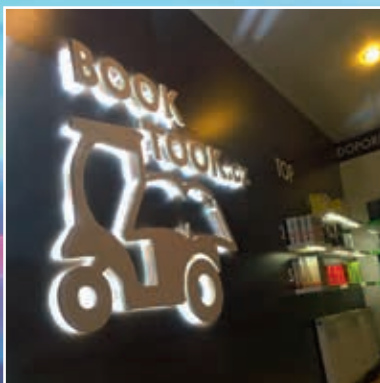
Albert je tu pro Vás Chceme se postavit za to, aby Češi jedli lépe.



ASTRON print, s. r. o. je dodavatel výrobků a služeb v oblasti polygrafie a 3D reklamy.

Po 23 letech od založení disponuje skupina **ASTRON** nejširší nabídkou digitálních i ofsetových tiskových technologií a je významným polygrafickým podnikem ve středoevropském regionu.

ASTRON print technologicky pokrývá všechny průmyslové způsoby tisku – ofsetový, UV, latexový, sublimační, solventní, sítotisk i dye-based. Výčet zahrnuje i deskové technologie, kašírování, výsekové stroje, řezání laserem a kovovýrobu, včetně navazující LED divize.



01

- Výroba POS/POP produktů, kartonáží, světelné reklamy, 3D produktů z kovu i plastu.



02

- Velkou kapacitu nabízíme v potisku bannerů, plastů, desek, lepenek a dalších materiálů.



03

- Sublimační potisk textilu disponuje velkokapacitním ořezem a automatickým šicím strojem.

ATOZ Retail

www.atozretail.cz

Skupina ATOZ Retail je součástí ATOZ Group (společnost se zabývá B2B komunikací v oblastech retailu, marketingu, logistiky, obalového průmyslu, farmacie a segmentu HoReCa).

První aktivitou společnosti bylo uvedení měsíčníku **Zboží&Prodej**, zaměřeného na obchod s rychloobrátkovým zbožím, na český trh. Nabídku časopisů doplnil v roce 2011 **Tovar&Predaj**, dvouměsíčník věnovaný trhu rychloobrátkového zboží na Slovensku.

Kromě těchto periodických publikací vydává také speciály zaměřené na specifické segmenty maloobchodu - čerpací stanice a vietnamské prodejny. Pod křídla skupiny ATOZ Retail přešel v roce 2012 plakát **TOP 30 českého a slovenského obchodu**.

V rámci strategie 360° jsme se v uplynulých letech zaměřili také na on-line projekty, které tištěná média nově doplňují. Každý z časopisů má zpravodajský web, elektronický newsletter i stránky na sociálních sítích.

ATOZ Retail je také organizátorem řady eventů zaměřených na maloobchod. Patří k nim kongresy pro český i slovenský tradiční trh **Samoška**, kongres pro provozovatele čerpacích stanic **Čerpačka**, slovenský kongres o trendech v retailu **TaPcon** a letní párty **Retail Business Mixer**.



1x za měsíc časopis
s auditovaným nákladem
13 000 výtisků

1x za týden
elektronický
newsletter

Denně zprávy
o aktuálním dění v retailu
na www.zboziaprodej.cz a on-line
příspěvky na sociálních sítích



AUTHENTICA, S.R.O.
LAZARETNÍ 1/7, 615 00 BRNO
WWW.AUTHENTICA.CZ

Přední český výrobce, společnost Authentica, s.r.o., zajišťuje globální servis v oblasti retail marketingu a podpory prodeje. Navrhujeme a vyrábíme POS média, dekorace a specializujeme se na in-store design. Již 16 let dodáváme naše výrobky do více než 30 zemí Evropy. Díky obchodnímu zastoupení ve Švýcarsku a pobočkám v Německu jsme schopni zajistit rychlý servis a vysoký standard našich služeb, který je prověřen dlouhodobou spoluprací s nadnárodními společnostmi v rámci celé Evropy.

REFERENCE

ABB / BEAM SUNTORY / BEIERSDORF / BUDWEISER BUDVAR / CAMPARI / COCA-COLA / COTY
DR. OETKER / FRONTWORK / HARTMANN-RICO / HASBRO / HENKEL / JACOBS DOUWE EGBERTS
LASVIT / LENOVO / L'ORÉAL / NESTLÉ / NIKON / PIERRE FABRE DERMO-COSMETIQUE
PEPSICO / PHILIPS / STAROPRAMEN / STORCK / WATERDROP



Inspirujeme sebe i naše zákazníky

Příběh AV MEDIA začal roku 1992, kdy jsme se z malé firmy stali špičkou v oblasti prezentací a audiovizuální techniky. Audiovizuální techniku jsme chtěli nabízet podnikům, státním institucím, školám od mateřské až po vysokou. V našich představách neexistoval zákazník, který by naše produkty nepotřeboval. Naše nadšení neznalo mezí.

Dnes nabízíme audiovizuální techniku v osmi segmentech. Stali jsme se lídrem v rentalových službách a přinášíme zákazníkům i výjimečná řešení v oblasti Digital Signage. Usilujeme o nadšené zákazníky a dlouhodobá partnerství.

Inspirujeme sebe i naše zákazníky, testujeme novinky, sledujeme trendy, hledáme nové scénáře a příběhy, ale hlavně se snažíme neustále naši inspiraci předávat dál a ukazovat zákazníkům nové originální možnosti.

Děláme práci, kterou máme rádi a která nám dodává novou energii.

Naším posláním je, aby zákazníci s radostí využívali navržené audiovizuální a Digital Signage novinky.

Pokud na konci zakázky stojí nadšený zákazník, který naši práci doporučuje, víme, že se úkol povedl.

Přinášíme inspiraci, užitek i radost

Vaše projekty nás baví. Proto je naší ambicí přinášet zákazníkům výjimečná řešení. Měníme atraktivitu prodejního místa, pomáháme majitelům a provozovatelům s tím, jak smysluplně využít digitální obsah.

Realizace Glance Media, člen skupiny AV MEDIA



www.glancemedia.cz

REKLAMNÍ MÉDIUM CINEXPRESS V MULTIKINECH CINESTAR

Multikína dnes aktivně využívají digitální kinoreklamu v sálech i v předsálích. Reklamní médium CineXpress se vyznačuje vysokou kvalitou zobrazení, flexibilitou sdílených informací, stabilitou navržené architektury a bezproblémovým provozem.



REKLAMNÍ MÉDIUM GECO

GECO, a. s., se podařilo prostřednictvím velkoplošných displejů lépe oslovit a udržovat individuální vztah s komunitou věrných zákazníků v jedné z největších maloobchodních sítí v ČR. Od roku 2012 se podařilo vytvořit reklamní médium s více než 760 zobrazovači.



REKLAMNÍ MÉDIUM DYNAMIX MEDIA

Reklamní médium určené pro síť vertikálně umístěných displejů, které nyní přicházejí do popředí zájmů majitelů obchodních center i provozovatelů médií a jejich inzerentů. Prezentovaný digitální obsah v HD kvalitě je podpořen i nadčasovým designem.



BEL SÝRY ČESKO a.s.

Bel Sýry Česko je členem skupiny Bel, která je mezinárodním výrobcem značkových sýrů působícím ve více než 120 zemích světa. Do portfolia Bel patří mezinárodně známé značky Veselá kráva®, Kiri®, Mini Babybel®, Leerdammer® a dále lokální značky, v České republice například Gervais®, Smetanito®, Želetava® a další.

Bel Sýry Česko působí na trhu již 20 let a zaměstnává 200 zaměstnanců, kteří pracují v továrně v Želetavě a v kancelářích v Praze. Bel Sýry Česko dosahuje ročního prodaného objemu kolem 10 000 tun sýrů.

Naším klíčovým cílem je trvalý růst a posilování pozice našich značek na trhu. Jakožto zodpovědný potravinářský výrobce umožňuje společnost Bel svým spotřebitelům sladit potěšení a výživu, chutě a potřeby.



Úsměv pro každého

LEERDAMMER®
– CHUŤ, KTERÉ
NEODOLÁTE



MINI BABYBEL® – HRAVÁ
SVAČINKA PLNÁ MLÉKA



SÝR A KŘUP® – SKVĚLÁ
SVAČINKA V PRAKTICKÉM
BALENÍ



VESELÁ KRÁVA® – JEDINEČNÝ
TAVENÝ SÝR VYROBENÝ
Z ČERSTVÉHO
PASTEROVANÉHO
MLÉKA



SMETANITO® – PRO NEJKRÁSNEJŠÍ
CHVÍLE VAŠEHO DNE



GERVAIS® – LAHODNÝ SÝR
Z TVAROHU A SMETANY



bez E
vyrobena
z čerstvého
mléka*



*pasterovaného



Bonduelle

Bonduelle Central Europe, Kft.

Bonduelle je rodinnou firmou založenou v roce 1853, v jejímž čele nyní stojí generální ředitel Christophe Bonduelle. Zelenina Bonduelle je prodávána ve 100 zemích světa, pod 4 různými značkami, přes různé prodejní kanály, milionům spotřebitelů.

Bonduelle si klade jako důležité poslání nejen přinášet vysokou kvalitu svých výrobků, ale i splňovat etické závazky s ohledem na životní prostředí, které formulovalo 7 generací rodiny Bonduelle. Od roku 1991, kdy jsme jako dceřiná společnost vstoupili na český a slovenský trh, jsme si vybudovali silnou pozici na obou těchto trzích.

www.bonduelle.cz



Bonduelle
Vapeur

chutná jako čerstvá





BROWN-FORMAN

Brown-Forman Czechia, s.r.o.

Klimentská 1216/46, 110 00 Praha - Nové Město

www.brown-forman.com

Tento významný zadavatel je českou pobočkou jednoho z hlavních světových výrobců a distributorů kvalitních prémiových destilátů a vín. Brown-Forman vlastní více než 25 značek vín a destilátů, jako je Jack Daniel's Tennessee Whiskey, Finlandia Vodka, Southern Comfort a další.

Budějovický Budvar

Národní pivovar Budějovický Budvar

www.budejovickybudvar.cz

Jsme národní pivovar s mnohaletou tradicí. Ano, národní - stále jsme plně v českých rukách. Máme více než 10 milionů akcionářů a fakticky tak patříme každému z nás. Vaříme hodně druhů piv a každé je jiné. Ale něco mají společné - kvalitní suroviny, poctivý přístup a prvotřídní kvalitu.

Pivo je neodmyslitelnou součástí světového kulturního dědictví a i my jsme jeho hrdou součástí. Pivo vaříme v Českých Budějovicích už od roku 1895 a v současnosti můžete náš ležák ochutnat ve více než 70 zemích světa.

Vlajkovým produktem pivovaru je světlý ležák Budweiser Budvar. V loňském roce se nám podařilo navýšit jeho prodej o dvě procenta a vystavit ho tak nejvíce v historii. Podíl tohoto ležáku na celkovém výstavu pivovaru se tím zvýšil na téměř 70 procent celkové produkce.

Slavný po celém světě,
doma v Českých Budějovicích





Coca-Cola HBC
Česko a Slovensko

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

Českokobrodská 1329, 198 21 Praha 9 - Kyje

Telefon: +420 283 015 111 • e-mail: vnejsi-vztahy.cz@cchellenic.com

www.coca-cola.cz

„Naším posláním je přinášet osvěžení našim spotřebitelům, být partnerem našim zákazníkům, přinášet zisk našim akcionářům a obohacovat život místních komunit.“

Coca-Cola HBC Česko a Slovensko, s.r.o., je členem skupiny Coca-Cola HBC Group, jednoho z největších světových producentů značkových nápojů společnosti The Coca-Cola Company. Naše skupina operuje ve 28 zemích Evropy, Asie a Afriky a nabízí nápoje více než 589 milionům spotřebitelů. Celá skupina má více než 36 000 zaměstnanců, 66 výrobních center a 307 distribučních center a skladů. Centrála společnosti Coca-Cola HBC Group je registrována ve Švýcarsku. Akcie firmy jsou obchodovány v prémiovém segmentu na Londýnské burze cenných papírů a v rámci sekundárního listingu na burzách v Aténách. Veškerá činnost firmy Coca-Cola HBC Group směřuje k dosažení vůdčího postavení v oblasti udržitelného rozvoje.

DESIGN SE MĚNÍ
SKVĚLÁ CHUŤ ZŮSTÁVÁ
VYBER SI TU SVOJI



TASTE THE FEELING®



MAX FACTOR X



adidas

RIMMEL LONDON



bruno banani
NOT FOR EVERYBODY



COTY

BEAUTY, CELEBRATED & LIBERATED

www.coty.com

MEXX



BOURJOIS
PARIS



DAVID
BECKHAM



miss sporty



JAMES BOND
007



Sally Hansen



WELLA



Název společnosti:

CZECH PROMOTION systems s.r.o.
Palác Karlín, Thámova 298/13, 180 00 Praha 8-Karlín

Kontaktní osoba:



Miroslav Netušil | Business Director
+420 604 366 603 | miroslav.netusil@promotion.cz

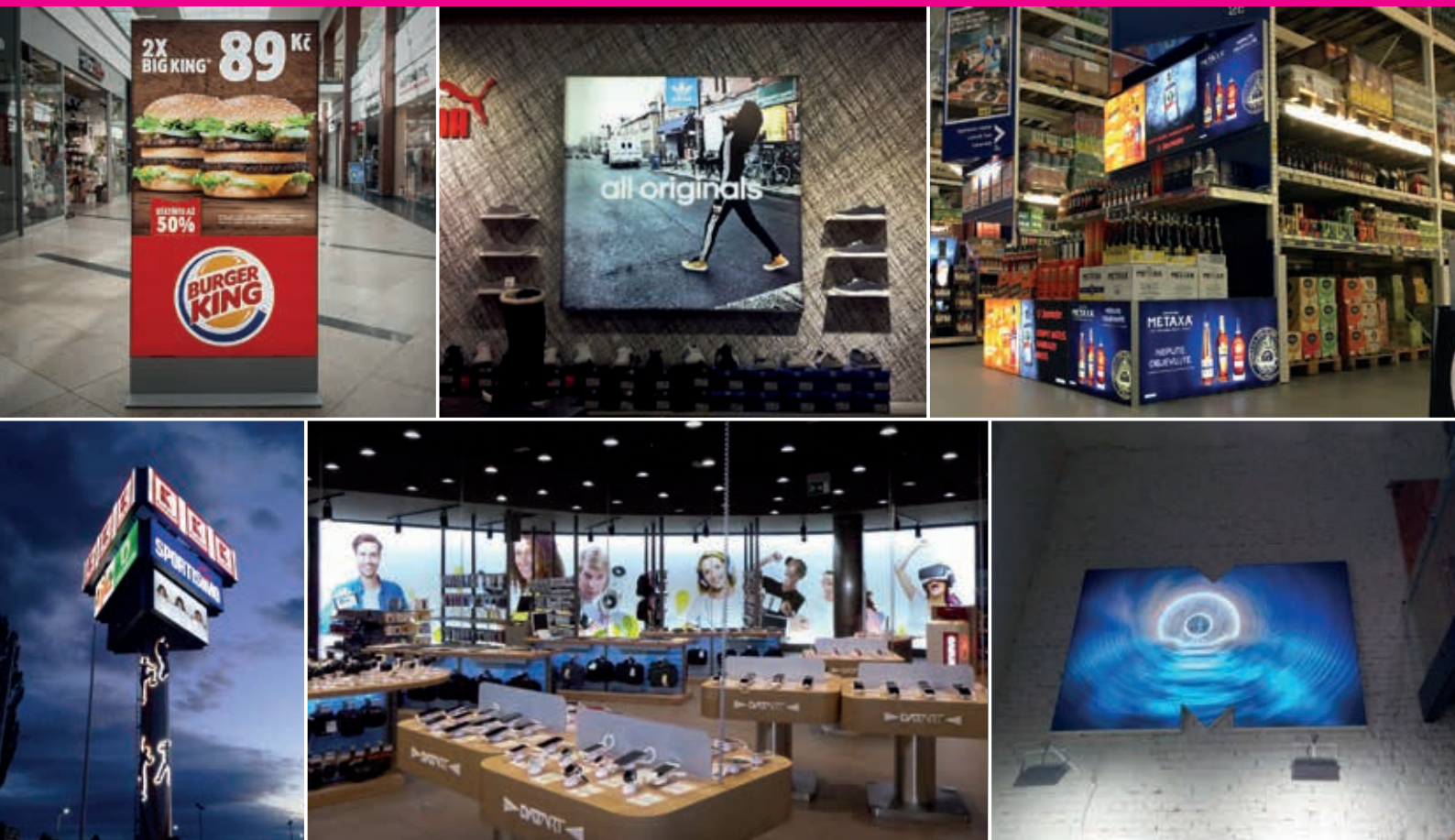
Odkaz na webové stránky:

www.promotion.cz, www.chytreramy.cz

Charakteristika společnosti:

Czech promotion systems s.r.o. je lídrem ve vizuální komunikaci a výrobě světelných a nesevlných systémů pro Signmaking, Instore a Retail marketing. Vyvíjí a přináší na evropský trh inovativní vizuální nosiče a média pro efektivní komunikaci se zákazníky v místě prodeje i mimo něj.

LÍDR VE VIZUÁLNÍ KOMUNIKACI A VÝROBCE SVĚTELNÝCH A NESVĚTELNÝCH PANELŮ



čermák design

ČERMÁK DESIGN, s.r.o.

www.cermak-design.cz

architektura / komerční interiéry / soukromé interiéry / výstavnictví / podpora prodeje



Navrháme vám firemní sídlo i soukromou vilu.

čermák design

architektura - interiér - design



Česká pojišťovna a.s.

www.ceskapojistovna.cz

Adresa společnosti: Spálená 75/16, 113 04 Praha 1.

Jsme univerzální pojišťovnou se 190 letou bohatou tradicí poskytování životního i neživotního pojištění. Po znovuzavedení konkurenčního prostředí v roce 1991 zůstáváme největší pojišťovnou na českém pojistném trhu.

Poskytujeme jak individuální životní a neživotní pojištění, tak i pojištění pro malé, střední a velké klienty v oblasti průmyslových, podnikatelských rizik a zemědělství. Přibližně 5 600 obchodních zástupců se na více než 500 distribučních místech po celé ČR stará o maximální spokojenost klientů.

Česká pojišťovna spravuje více než sedm milionů pojistných smluv a její tržní podíl na domácím trhu dosahuje 22,1 %.



**Když vám Chorobák
pokazí dovolenou,
postaráme se o vás**

CESTOVNÍ POJIŠTĚNÍ PRO PŘÍPAD NEMOCI I ÚRAZU

- Běžné sportovní volnočasové aktivity již v základním pojištění
- Léčebné výlohy s limitem 100 000 000 Kč
- Asistenční služba v českém jazyce 24 hodin denně 7 dní v týdnu
- Sleva pro rodiny s dětmi

www.ceskapojistovna.cz 241 114 114

est. 1991

MANUFATURA[®]

Český národní podnik s.r.o. - Manufaktura

www.manufaktura.cz

MANUFATURA, síť prodejen s originální českou kosmetikou a doplňky pro jedinečné domácí lázně. Za projektem stojí společnost Český národní podnik s.r.o., která byla založena již v roce 1991 s cílem podpořit a vyzdvihnout lokální produkty a českou tradici. Tuto myšlenku ctí dodnes. Časem se jí podařilo vybudovat výjimečnou značku, která si zakládá na poctivosti, vysoké kvalitě, využití českých přírodních surovin, zodpovědném vztahu k ekologii a trvalé udržitelnosti a příjemné pracovní atmosféře napříč celou podnikovou strukturou od managementu až po prodejny. Ty se vyznačují svou domácí atmosférou, kvalitní obsluhou a jsou místem, kam se zákazníci rádi vracejí.

Díky těmto zásadám a radosti z práce vznikají nápadité a originální produkty, které potěší ženy i muže všech věkových kategorií a jsou skvělým dárkem pro obchodní partnery nebo zaměstnance.

MANUFATURA[®]
www.manufaktura.cz

POCTIVÁ ČESKÁ KOSMETIKA
ŠETRNÁ K ŽIVOTNÍMU PROSTŘEDÍ.
ORIGINÁLNÍ DÁREK PRO VAŠE
OBCHODNÍ PARTNERY



DAGO s. r. o.

Jsmo fullservisová POP komunikační agentura s vlastní výrobou založená v roce 1993. Pracujeme aktivně s více než stovkou klientů z oblasti FMCG, elektroniky, farmacie, hobby, finančních služeb a dalších oborů. Do projektů našich klientů aplikujeme v rámci našeho konceptu DAGO CIS (Complex In-store Solution) teoreticko-praktické know how z oblasti instore komunikace a působení POP materiálů na nákupní chování zákazníků, které vychází z nejnovějších výzkumů a trendů. Díky tomuto přístupu dosahujeme při tvorbě POP médií

nejen líbivosti a technické funkčnosti, ale především jejich maximální účinnosti. Nabízíme komplexní zpracování projektu – od analýzy vhodného řešení a strategického plánování, přes realistické designérské návrhy, konstrukční řešení a sériovou výrobu ve vlastním výrobním středisku ve Zdicích u Berouna až po dopravu a implementaci na prodejní plochu.

Našimi klíčovými hodnotami jsou
RYCHLOST – DŮVĚRA – ZNALOSTI – KREATIVITA.

**ROZUMÍME
NÁKUPNÍMU
ROZHODOVÁNÍ**

**VYTVÁŘÍME
LEPŠÍ MÍSTA PRODEJE**

**POMÁHÁME
LÉPE PRODÁT**



**POP MÉDIUM MŮŽE
PODPOROVAT PRODEJ
I BUDOVAL ZNAČKU**

www.dago.cz



S cílem přinášet zdraví prostřednictvím jídla co největšímu možnému počtu lidí, patří Danone ke světovým lídrům ve výrobě potravin a nápojů. Základy společnosti tvoří čtyři pilíře oblasti podnikání – Čerstvé mléčné produkty a produkty na rostlinné bázi, Vody, Dětská výživa a Klinická výživa.

V Danone se snažíme inspirovat ostatní ke zdravějším a udržitelnějším způsobům stravování a pití, které jsou zároveň v souladu s naší vizí – One Planet. One Health, která v sobě odráží naše silné přesvědčení, že zdraví lidí a zdraví naší planety jsou spolu navzájem úzce propojeny. Záměrně se proto soustředíme na kategorie orientované na zdraví s potenciálem vysokého růstu a zavazujeme se k efektivnímu, udržitelnému a zodpovědnému způsobu fungování. Naše produkty naleznete ve více jak 120 zemích světa již 100 let. Na českém trhu jsme od roku 1992 a k našim nejznámějším produktům, které tu najdete, patří Activia, Actimel, Oikos, Alpro, Kostíci, Fantasia a nově také Danio.



www.dekor.cz

Společnost DEKOR s.r.o. působí v oboru in-store komunikace již od roku 1990. Naši specializací je komplexní servis ve vybavování značkových prodejen a výrobě POS stojanů a shop-in-shop systémů po celé Evropě. Nabízíme výhodné cenové relace při dodržení vysokých kvalitativních parametrů a zároveň špičkového designu.

Komplexnost služeb zahrnuje projektové fáze jako design, technický inženýring, kalkulace, vzorování, sériová výroba a další doprovodné služby jako skladování, dodávky just-in-time, instalace, údržba, likvidace stojanů, atd.

Dekor je jako jediná firma z České republiky členem prestižní celosvětové organizace GIC. Je také členem profesní asociace POPAI CENTRAL EUROPE. Členství v těchto dvou významných organizacích umožňuje neustálý přísun informací o aktuálních POP trendech, novinkách a výrobních inovacích z celého světa.

DEKOR s.r.o.
Hradištská 849
687 08 Buchlovice
Czech Republic

Tel.: +420- 572 430 555
dekor@dekor.cz



shop-in-shop



interiéry prodejen

POS displays



#RetailBeauty



INNOVATION
&
SUSTAINABILITY



DIAM is brand partner for Merchandising, Displays and Shopfitting solutions:

- Everywhere in the World, with local presence and global benefits
- To multiple Brands in Luxury, Beauty, Fashion (...)
- From A to Z, full service, from Retail consulting to creative design, engineering to manufacturing to installation, maintenance to services IN STORE and post use recycling

DEDICATED
TEAMS



Contact person : **Ewelina Cichońska** Business Unit Manager/Proxy

Mobile: +48 507 024 504

E: ewelina.cichonska@diaminter.com

DIAM POLAND SP. z o.o., ul. Wrocławska 56, 56-410 Dobroszyce
NIP: 9112017849 REGON: 365940810 KRS: 0000648525

my vyrábíme stojany.

od první myšlenky až po distribuci na místo určení sami, svými pracovníky na svých strojích

navrhujeme řešení dle vašich potřeb

zkonstruujeme design a připravíme 3D vizualizace

vymodelujeme reálné prototypy včetně grafiky

vyzkoušíme nosnost stojanů, provedeme transportní testy

vytiskneme ofsetem, digitálně nebo sítotiskem

zusušíme lakem, UV lakem, parciálním lakem, laminací

vyrábíme vlnitou lepenku, nakaširujeme, vysekáme, vyřežeme, vyfrézujeme, vylaserujeme, slepíme, sestavíme

naplníme vašimi výrobky

zabalíme pro bezpečnou přepravu

uskladníme v našem logistickém centru

rozešleme do skladů nebo až na finální místa

eclipse.

www.eclipse-print.com/pos



ExTech s.r.o.

www.extech.eu

Společnost ExTech působí na našem trhu od roku 2001 a je dodavatelem softwarových systémů pro správu prodejních prostorů a category management.

Klienti společnosti ExTech využívají systém Quant mimo jiné k tvorbě planogramů a řízení kategorií na prodejních, k plánování promočních materiálů, správě příslušenství a komunikaci s dodavateli. Novinkou pro rok 2018 je pokročilá správa cenovek.

Reference:

Dr.Max / Sportisimo / Mconomy / DEK / Mountfield / Sanacorp / Auto Kelly / ebl Naturkost / Sklizeno / Karolinger Apotheke / BioCategoryManagement / GSK / Bio Company / FixServis / Naturkost West / Farmastore



Profesionální Space & Category Management



ferratt
international

Offering more than expected.

PRINT / PACKAGING / FINISHING / 24x7

ALL IN-HOUSE

www.ferratt.com



Dotyková výloha
#VEJDI



Dotykový stůl
#KUP



Interaktivní obsah
#UŽIJ_SI

FORTES

INTERACTIVE

- © přinášíme zákazníkům zážitek z technologií na místa, kde to může zvýšit prodej
- © přinášíme řešení pro zlepšení visibility produktu
- © přinášíme řešení pro omnichannel marketing, pro propojení klasického retailu a on-line prodeje
- © přinášíme prostředí pro tzv. gamification, využití prvků hry a hravosti pro lepší zapojení zákazníka

FORTES.CZ

LUXUSNÍ ZÁŽITEK Z INTERAKCE



POWER-ROOM.COM

Český výrobce kartonových obalů a POS/POP materiálů

www.paketo.one

Vývoji a výrobě kartonových POP/POS materiálů se náš odborný tým věnuje více než 20 let. Pod obchodní značkou PAKETO.ONE se specializujeme především na podlahové a pultové reklamní stojany a displeje, propagační bannery, totemy a reklamní poutače. Vyrábíme také dárkové, prodejní a reklamní obaly. Naší předností je dlouhodobá péče o zákazníky, neustále inovujeme a zdokonalujeme výrobní procesy, abychom co nejlépe uspokojili potřeby našich zákazníků. Klademe důraz na profesionalitu a kvalitu výrobků bez ohledu na velikost zakázky. Díky nejmodernějším tiskovým a řezacím technologiím realizujeme i náročné zakázky včetně tisku ve fotografické kvalitě s parciálním lakem nebo laminací.



Digitální tisk ve fotografické kvalitě s možností parciálního lakování a laminace.



Vyrobeno kompletně v ČR.



Originální design a konstrukce podporující prodej, marketing a vnímání značky.



Snadná přeprava, skladovatelnost, manipulace i instalace.



Velmi široké možnosti použití od klasických POS displejů přes individualizovaná balení po výstavní modely.



100% recyklovatelný ekologický produkt.



Emotions to your
brand and place

easy:AROMA

easy:TV

easy:MUSIC

„Baví nás vyvolávat emoce.“

www.gaiagroup.cz
info@gaiagroup.cz

GAIA 

EMOTIONS TO YOUR BRAND & PLACE



GfK Czech, s.r.o.

www.gfk.com/cz

GfK je přední mezinárodní společností zaměřenou na výzkum trhu, která do tohoto oboru a jeho inovací investuje již více než 80 let. V České republice patří GfK k nejvýznamnějším poskytovatelům komplexních služeb v oblasti výzkumu trhu, marketingových analýz, včetně konzultačního a poradenského servisu pro zákazníky z oblasti průmyslu, obchodu, médií a technologií a pro poskytovatele služeb, ze soukromého i veřejného sektoru, a to již od roku 1991.

Tým GfK Shopper & Retail se nákupnímu chování věnuje přes 20 let a stejnou dobu funguje systém každoročního trackingu nákupního chování pro různé obchodní segmenty: klasický širokosortimentní retail (Shopping Monitor, Shopper Typology, Shopping Triggers), online (FMCG e-Shopping), drogerii, DIY, kosmetiku, sport, elektro, módu, čerpací stanice a další. Druhým nosným programem v oblasti shopper jsou nástroje pro měření nákupního chování a rozhodování na místě prodeje. Cílem je zvýšení efektivity kategorie i prodejny, uspořádání kategorií na regále i na celé prodejní ploše, optimalizace POS komunikace, zvýšení efektivity druhotných vystavení a promočních letáků. V této oblasti GfK každoročně investuje do rozvoje nových technologií pro měření nákupního chování. Řada používaných nástrojů je tak jedinečná nejen v českém, ale i v evropském kontextu.

Společnost GfK také disponuje unikátním spotřebitelským panelem v České republice a na Slovensku. Touto metodou umí komplexně a kontinuálně monitorovat, jak se chovají spotřebitelé v obou zemích. Monitorování probíhá metodou GfK InHome Scanning, která jako jediná v zemi zajišťuje komplexní sledování celého nákupního košíku

FMCG trhu, pokrytí všech distribučních kanálů konzistentně, vysokou kvalitou a rychlost, s níž jsou data získávána k další analýze.

GfK je vlastníkem největšího maloobchodního panelu pro technické spotřební zboží na světě, který zahrnuje zhruba 500 000 prodejen a 10 000 internetových obchodů. Zkoumáme, co se prodává, kde a kdy, zjišťujeme, jaké mají produkty našich zákazníků místo na trhu se spotřebním zbožím. Tento panel je určen pro výrobce a retailery, od makro pohledu až po úroveň jednotlivých modelů, na měsíční a dokonce až na týdenní bázi, a to za tradiční i internetový prodej.

Mezi další služby patřící do portfolia GfK spadá také komplexní výzkum značky a komunikace, zákaznické zkušenosti, tržních trendů a segmentace.

Kontaktní osoba:

Andrea Patočková
andrea.patockova@gfk.com
+420 737 263 113

Studie věnující se motivátorům nakupujících Shopping Triggers ČR&SR



Studie Shopping Triggers umožňuje identifikování a aktivní práci s motivátory a bariérami nákupu v jednotlivých řetězcích a prodejnách, identifikaci příležitostí v distribučních kanálech a řetězcích (moderní trh, tradiční trh a specialisté na potraviny, drogistické řetězce, lékárenské řetězce).

- » Síla řetězce na trhu
- » Typické nákupní mise v prodejně
- » Silné, profilační kategorie prodejny
- » Silné stránky a slabiny prodejny očima nakupujících
- » Identifikace hlavních konkurentů prodejny
- » Efektivita komunikace prodejny
- » Profil nakupujícího v prodejně
- » Rozsah ztracené příležitosti pro prodejnu
- » Bariéry, které odrazují od nákupu v prodejně

PRO VÍCE INFORMACÍ NÁS PROSÍM KONTAKTUJTE

Pavel Cabal | pavel.cabal@gfk.com | +420 251 117 549
nebo navštivte www.gfk.com/cz





Globus ČR, k.s.

Adresa společnosti: Kostelecká 822/75, 196 00 Praha 9 - Čakovice

Činnost rodinné společnosti Globus zahájil roku 1828 Franz Bruch otevřením obchodu s potravinami v St. Wendelu v Německu. V současné době stojí v čele firmy představitel již páté generace rodiny Bruchů - Thomas Bruch.

Na český trh vstoupil Globus před více než jednadvaceti lety a byl historicky prvním hypermarketem, který byl v roce 1996 na našem území otevřen. V současné době se na území České republiky nachází 15 hypermarketů. Každý hypermarket provozuje své vlastní řeznictví s uzenářskou výrobou. Čerstvost zaručují každodenní dodávky masa a práce řezníků, kteří každý den maso bourají a dál kuchyňsky zpracovávají. Podobný přístup jako u masa a uzenin platí také pro pečivo. V každém hypermarketu funguje vlastní pekařství, kde pekaři vyrábí chléb i pečivo tradičním řemeslným způsobem a dle vlastních receptur, jejichž základem je pravý žitný kvas. Součástí každého hypermarketu je také cukrářská výroba a vlastní restaurace. Globus nabízí svým zákazníkům také službu samoobslužného nakupování Scan&Go, k jejímž největším výhodám patří úspora času a rychlé odbavení bez čekání u pokladny.

Více informací na www.globus.cz.



Tady je svět ještě v pořádku



H.R.G. spol. s r.o.

Svitavská 1203, 57001 Litomyšl
e-mail: hrg@hrg.cz

www.hrg.cz

Ofsetová archová a digitální tiskárna H.R.G. nabízí zákazníkům ucelený řetězec polygrafických prací počínaje grafickým návrhem v DTP studiu, přes vývoj obalů a POS produktů až po různé související služby včetně skladování a finálního rozvozu tiskovin a obalů do požadované lokality. Mezi naše výrobky patří mj: **katalogy, manuály, návody, krabičky, obaly, brožury, letáky, kaširované stojany, časopisy, periodika, poutače, stojánky, luány, woblerly, stolní a nástěnné kalendáře, sešity, diáře a další speciality dle přání zákazníků.**

Společnost má certifikovaný systém ISO 9001:2008, 14001:2004 a je také certifikována v rámci systémů FSC a PEFC. Vlastní autodoprava zajišťuje několikrát denně rozvoz po Praze, Brně i do dalších destinací. Tiskárna vydává populární Polygrafické taháky a provozuje web www.polygraficketahaky.cz.

Přítiskněte se k nám!

To chce tisk A nohy v teple



made in litomyšl

Oba
2017
NATIONAL AWARD WINNER

www.hrg.cz



Hasbro CZECH s.r.o.

City Tower | Hvezdova ul. 1716/2B | 140 78 Prague 4 | Czech Republic

Kontaktní osoba

Miroslava Zdeňková - Trade Marketing Manager CZ/SK • miroslava.zdenkova@hasbro.co.uk

Společnost Hasbro je tradiční a světoznámá značka hraček a her. Svou výrobu začínala školními potřebami, postupem času a s nástupem nových trendů se zaměřila na produkci deskových a digitálních her. Hasbro se tak stalo mezi výrobci hraček lídrem trhu. Společnost Hasbro se také zabývá společenskou odpovědností a je vyhlášena svým etickým jednáním.

V portfoliu společnosti najdete takové značky jako Nerf, Play-Doh, Monopoly, Transformers, My Little Pony, Littlest Pet Shop.





HEINEKEN Česká republika, a.s.

www.heinekenceskarepublika.cz

HEINEKEN je druhou největší pivovarnickou skupinou na světě a evropskou jedničkou mezi výrobci piva. V České republice do společnosti HEINEKEN patří tři pivovary: od roku 2003 pivovar Starobrno v Brně, od roku 2007 Královský pivovar Krušovice ve středních Čechách a od roku 2008 pivovar Velké Březno v severních Čechách. Společnost HEINEKEN Česká republika je v současnosti třetím hráčem na domácím trhu s pivem, v exportu se řadí mezi nejdůležitější vývozce. Do portfolia společnosti patří značky Heineken, Desperados, Krušovice, Zlatopramen, Starobrno, Březňák a nealkoholický Zlatopramen NA a Hostan. V roce 2015 rozšířila produktové portfolio o značku Strongbow, nejprodávanější značku cideru na světě. V loňském roce se portfolio ciderů rozšířilo o značku Lišácké jablko.

Nedílnou součástí strategie společnosti v České republice je projekt Brewing a Better World, jehož cílem je snižování dopadu výroby (spotřeby vody, energií a CO₂) a distribuce na životní prostředí, prosazování zodpovědného přístupu ke konzumaci piva a práce s místními komunitami. Největší ambicí HEINEKENU do budoucna je tak stát se nejzodpovědnějším výrobcem piva v České republice.



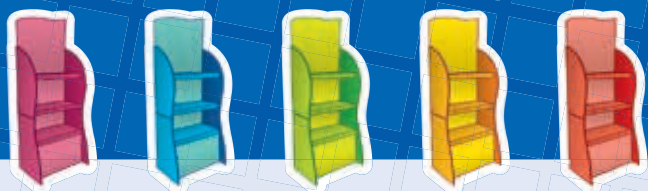
open your world



Heineken®



HITCZ



Firma HIT CZ s.r.o. - Poděbradská papírna je ryze česká rodinná výrobní firma v oboru reklamní kartonáže, která působí na trhu více než 20 let. Vyrábíme kartonové POS/POP produkty, prodejní displeje, paletové ostrovy, ohrádky, omotávky, násypné koše, promostolky, totemy, pultové stojánky, barkety, autoclony, kaširované obaly a další obalová řešení.

Mimo jiné vyrábíme také reklamní šanony a další drobné reklamní předměty jako jsou tácky, stoppery, wobler, visačky, puzzle apod. Pod jednou střechou nabízíme kompletní služby od vývoje konstrukce, vzorování nebo 3D vizualizaci, přes vlastní výrobu, kompletaci až po logistiku.

Firma HIT CZ s.r.o. - Poděbradská papírna je členem skupiny firem HIT OFFICE Group, zaměřených zejména na výrobu výrobků z kartonu a lepenky. Kromě reklamních předmětů se jedná o kancelářské potřeby, potravinářský program, obalový materiál a spotřební materiál pro vysavače.



PRODEJNÍ STOJANY



POUTAČE



PULTOVÉ STOJÁNKY



PUZZLE



PALETOVÉ DEKORACE



ŠANONY



KRABICE A OBALY



DESKY



REKLAMNÍ TÁCKY



OSTATNÍ POS

POMÁHÁME POSUNOVAT VAŠI REKLAMNÍ KARTONÁŽ DOPŘEDU

WWW.HITCZ.CZ

JSME NENÁPADNÍ, UŽITEČNÍ PRACANTI



HL Display Česká republika, s.r.o.

www.hl-display.cz

Společnost HL Display nabízí nová, inovativní řešení pro merchandising a in-store komunikaci. Naše více než 50ti 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.

V posledních letech jsme přišli s novými řešeními pro snadnější a atraktivnější merchandising zboží jako například FACER™, NEXT™, MULTIVO™, ROTOSHELF™ nebo SIGMA™, které již úspěšně využívány v několika maloobchodních sítích v České republice a na Slovensku.

V roce 2018 jsme uvedli na trh zcela novou iniciativu spojenou s trvale udržitelným rozvojem pod názvem HL - Sustainable Choice. Její podstatou je nabídnout našim zákazníkům variantu řešení vyrobených z recyklovaného plastu nebo plastu vyrobeného z bio materiálů.

We offer solutions to help you to **reduce waste** and we innovate to **reduce our own footprint**



Increase visibility and reduce packaging waste with 4eBin™ bulk merchandising solutions.



Sell more, waste less! Create abundant-looking displays with our fresh merchandising solution Sigma™ and improve both profitability and sustainability by reducing food waste.



Rotating shelf for efficient front-facing. Ensure a better shopping experience while saving time refilling and reducing energy waste, with Rotoshelf™.



HL Sustainable Choice, a growing range of sustainable merchandising solutions **made of renewable or recycled materials.**





Horma - P.O.P. Displays

www.horma.cz

Horma - P.O.P. Displays se zabývá již více než 26 let výrobou stojanů na podporu prodeje. Firma sleduje celosvětové trendy In-store marketingu a aplikuje je do návrhů prodejních stojanů, které zásadně ovlivňují nákupní rozhodnutí v místě prodeje. Naše kreativní oddělení pracuje s nejmodernějšími konstrukčními programy, díky kterým jsme schopni navrhnout design stojanu v digitální 3D podobě a potom jej převést do realistické vizualizace. Vývojové oddělení posléze vyvine funkční vzorek stojanu přesně dle odsouhlaseného návrhu. Díky moderním technologiím v našich výrobních provozech jsme schopni velice pružně reagovat na požadavky zákazníka, plnit krátké termíny dodání a zaručit vysokou technickou úroveň našich produktů.

AWARDS



Company of the Year / POPAI Awards / Gold Crown Prague / POPAI Awards / Oscar Paris

PRODUCTION



DESIGN



PACKAGING



TRANSPORT



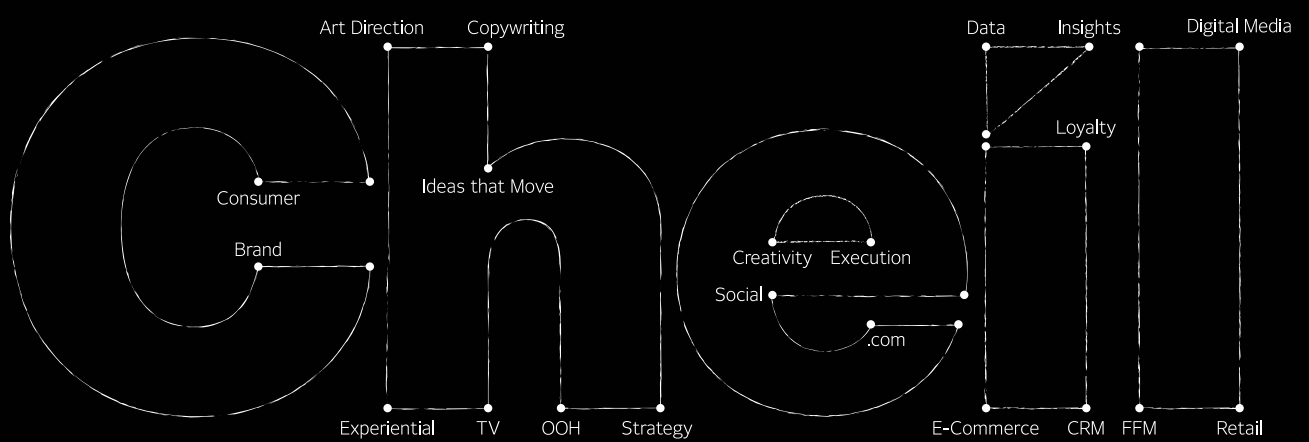
SERVICE



Display Superstar 2019

WWW.HORMA.CZ





Vášim obchodům se bude dařit lépe, když najdete ta správná spojení.



A Brambles Company

CHEP CZ s.r.o.

www.chep.com

Jsme společností, která desítky let poskytuje efektivní a ekologicky udržitelná řešení v oblasti pronájmu a sdílení pasivní přepravních prostředků (kontejnerů, palet či přepravek) napříč zeměmi a světadíly. Díky našemu řešení se mohou naši zákazníci zaměřit na vlastní podnikání ať už jde o jakýkoliv sektor výroby a distribuce. Našich služeb využívají jak nadnárodní společnosti tak lokální výrobci a distributoři. V oblasti POP/POS řešení, nabízíme tzn. "Díleč platformu" (čtvrtinový formát europalety), která představuje ideální nástroj pro prezentaci zboží na prodejní ploše. Díky patentovanému systému "Blue Click", umožňuje rychlé a spolehlivé upevnění / odstranění kartonových stojanů.

Spolu s dalšími sesterskými společnostmi patříme do skupiny Brambles, kotované na australské burze. Náš team více než 20 tisíc zaměstnanců je založen na vzájemné spolupráci, respektu k lokálním specifikám a snaze porozumět co nejlépe potřebám našich zákazníků, jak výrobců, tak velko a maloobchodníků.





I.D.C. Praha, a.s.

Kubánské náměstí 1391/11, 100 00 Praha 10 - Vršovice
Telefon: +420 222 814 411
E-mail: idcpraha@idcpraha.cz

www.idcpraha.cz

Společnost I.D.C. Praha je dodavatelem - dovozcem trvanlivého pečiva a cukrovinek v České republice. V trvanlivém pečivu nabízí sortiment oplatek, sušenek a piškotů značky Sedita. V cukrovinkách je dovoz zastoupen značkami Figaro (sezónní čokoládové cukrovinky, tradiční roksové výrobky a karamely) a Verbena (bylinkové furé).



„Sáhní po kvalitě od Sedity“



to nejlepší

z reklamních předmětů

má imi partner

 kreativně

 rychle

 spolehlivě



imi partner



www.imi.cz



Imperial Tobacco CR, s.r.o.

Adresa společnosti: Radlická 3201/14, 150 00 Praha 5 - Anděl
Telefon: + 420 296 541 111
E-mail: info@cz.imptob.com
Webové stránky: www.imperial-tobacco.cz

Společnost Imperial Tobacco CR, s.r.o. patří mezi přední distributory tabákových výrobků na českém trhu, kde působí již téměř 30 let. Je součástí mezinárodní skupiny Imperial Brands PLC, která zaměstnává více než 30.000 zaměstnanců ve 160 zemích světa. Do portfolia značek Imperial Tobacco patří např. cigarety Davidoff, West, P&S, Gauloises.

Našich 120 zaměstnanců můžeme rozdělit na centrálu sídlící v Praze na Andělu a lokální zastoupení působící po celé republice. Již dvakrát naše společnost získala prestižní ocenění TOP EMPLOYER Czech Republic a TOP EMPLOYER Europe.

REKLAMNÍ DÁRKY

83 % lidí je vítá. 48 % jich chce více.



Zařaďte reklamní předměty do marketingového mixu

89 % lidí si vybaví dárce reklamních předmětů z posledních dvou let → 66 % lidí si vybaví i sdělení → 2x více lidí si zapamatuje značku z reklamních předmětů než z jiného propagačního kanálu → 3x více lidí je má raději než reklamu na internetu → 53 % lidí používá propagační předměty alespoň jednou týdně → 73 % lidí má minimálně jeden vždy u sebe → 52 % obdarovaných má lepší mínění o značce, od které dostali reklamní předmět → 83 % lidí rádo dostává propagační předměty → 48 % lidí by je rádo dostávalo častěji → průměrně si je ponechají 8 měsíců → 57 % nechtěných reklamních předmětů lidé nevyhodí, ale předají dál → až o 54 % zvyšují reklamní předměty šanci na uzavření obchodu

inetprint
JEDNODUŠE ON-LINE

www.inetprint.cz

nejširší nabídka na jednom místě → výrazné množstevní slevy → 15 let zkušeností

Jansen Display s.r.o.

www.jansen-display.cz

Pomocí našich výrobků pomáháme našim klientům v prezentaci služeb i nabídek již 24 let. Od roku 2019 vám nabízíme nové unikátní kompletní řešení. Vyrobíme a dodáme vám reklamní poutače včetně vložených profesionálně vytištěných materiálů. Vaše produkty tak budou připravené k okamžitému použití.

Na trh s reklamními nosiči dlouhodobě přinášíme zákaznickou přidanou hodnotu v bezkonkurenčních lhůtách doručení zboží, výrobní flexibilitě i možnosti okamžité výroby individuálních projektů na zakázku. Prvotřídní výrobní i designová kvalita je pro nás naprostým standardem stejně jako vysoká úroveň zákaznické spokojenosti.

PROFESIONÁLNÍ TISK | KLAPRÁMY | ÁČKA | VITRÍNY | NÁSTĚNKY | DIGITÁLNÍ STOJANY

KOMPLETNÍ ŘEŠENÍ VAŠÍ PREZENTACE reklamní poutače spolu s tiskem





JT International spol. s r.o.

Na Pankráci 1683/127 • 140 00 Praha 4 • tel.: +420 221 416 777

www.jti.com

Naše cesta

- Společnost JTI – Japan Tobacco International – je přední tabákovou společností se sídlem ve švýcarské Ženevě.
- Společnost JTI vznikla v roce 1999, když společnost Japan Tobacco koupila společnost RJ Reynolds mimo území Spojených států amerických. Od té doby již dvě desetiletí úspěšně rosteme, a to především díky našim přibližně 40 000 zaměstnancům.
- Vlastníme některé ze světově proslulých značek, včetně značky Winston, která je druhou nejoblíbenější značkou cigaret na světě, a značky Camel. Dalšími významnými mezinárodními značkami jsou Mevius a LD.
- V našem portfoliu se snoubí bohaté dědictví tradičního tabáku s nejnovějšími technickými a vědeckými inovacemi v oblasti produktů se sníženým rizikem.
- Středobodem všeho, co děláme, je pro nás kvalita.



Naše mezinárodní značky

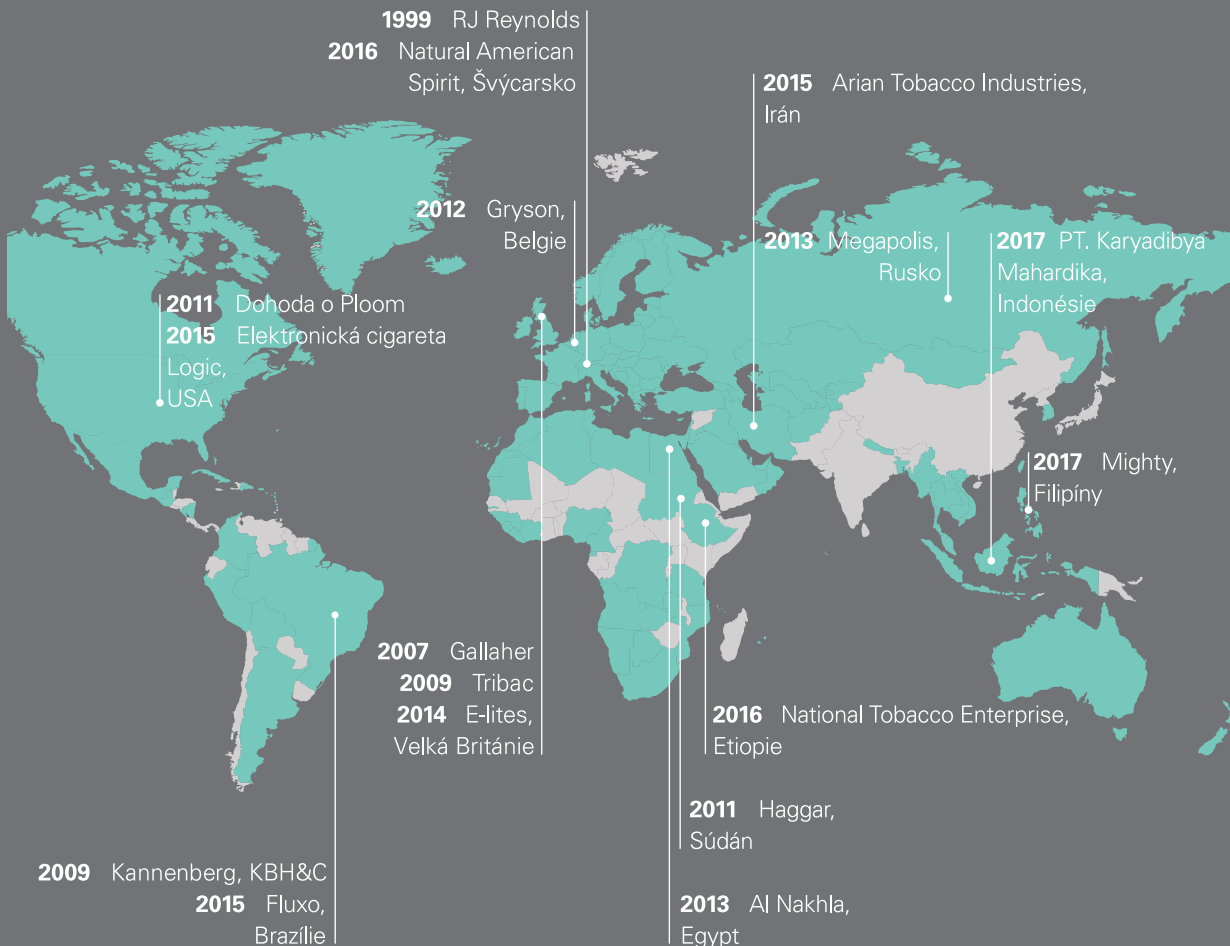
Naše světově proslulé značky tvoří více než 72 % našich prodejů tabákových výrobků.



Produkty se sníženým rizikem

Díky dvěma předním mezinárodním značkám jsme se stali celosvětovým hráčem na trhu s elektronickými cigaretami a zahříványi tabákovými výrobky.

Naše akvizice





Karlovarské minerální vody, a.s.

www.kmv.cz

Mariánské náměstí 159/4, Praha 1, 110 00

Karlovarské minerální vody, a.s. jsou největším výrobcem minerálních a pramenitých vod v České republice. Karlovarské minerální vody v současné době stáčí minerální a pramenité vody značek Mattoni, Magnesia a Aquila, které vyváží do více než 20 zemí světa.



Ki-Wi Digital s.r.o.

Ki-Wi Digital poskytuje vlastní Digital Signage software pro vzdálené ovládání a plánování obsahu a řízení digitálních ploch: displejů, tabletů, infokiosků a LED panelů, které poskytují nakupujícímu přístup k aktuálním informacím, například o nabízeném zboží, produktových novinkách, akčních nabídkách i slevách.

Naše interaktivní infokiosky umožňují neustálý přístup do věrnostního programu načtením čárového kódu z členské karty i tisk vybraných slevových kupónů. Poskytují informace o cenách zboží, jeho složení, prodejních akcích a podobně. Zařízení se automaticky vypíná a zapíná. Jedná se o plně bezobslužný systém pro obsluhu prodejny. Součástí řešení je vzdálený dohled na provoz zařízení a centrální řízení zobrazovaného obsahu. Zabezpečené prostředí neumožňuje nakupujícímu vstup do systému.

www.ki-wi.cz



CONTENT • ANYTIME • ANYWHERE

KDO UŽÍVÁ NAŠE PRODUKTY



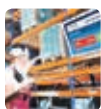
Retail

Interakce a zpětná vazba pro nakupující, propojení s katalogy a věrnostními programy.



Státní správa

Infopoint pro občany a návštěvníky, digitální úřední deska.



Výrobní společnosti

Pro interní komunikaci se svými zaměstnanci a jejich motivaci a produktivitu.



Reklamní agentury

Pro účinnou indoorovou a outdoorovou reklamu.



KNOWINSTORE



POWERED BY PYGMALIOS

KNOWINSTORE s.r.o.

www.knowlimits.cz

KNOWINSTORE s.r.o. je součástí české nezávislé dynamicky rostoucí skupiny mediálně-komunikačních agentur, KNOWLIMITS GROUP a.s., založené v roce 2005.

Společnost tvoří tým s dlouholetými zkušenostmi s reklamou v místě prodeje pracující pro silné portfolio domácích i zahraničních klientů. Vedle kooperace s významnými retailovými řetězci je exkluzivním partnerem pro prodej mediálního instore prostoru společnosti Solvent ČR s.r.o. provozující největší maloobchodní síť drogerií v ČR - TETA drogerie. Zároveň se KNOWINSTORE věnuje projektům digitalizace a analytiky v retailu prostřednictvím služby KNOWDATA.

YES WE
KNOW
KNOWINSTORE

VÍME *jak* SE CHOVÁJÍ
VAŠI ZÁKAZNÍCI

KNOW
DATA
POWERED BY PYGMALIOS



KNOWINSTORE

KNOWDATA



ANALÝZA TRHU



KOMUNIKAČNÍ MIX



KREATIVNÍ ŘEŠENÍ



PRODUKCE



REALIZACE



VYHODNOCENÍ



TRAFFIC



DEMOGRAPHIC



BROWSING



QUEUE



BUYING



RESULTS

L'ORÉAL PARIS

L'Oréal Česká republika s.r.o.
www.loreal.cz

Společnost L'Oréal se věnuje kráse – kosmetickému průmyslu – již 108 let. Unikátní portfolio čítá 34 různorodých a doplňkových značek, z nichž celkem 26 si mohou koupit zákazníci v České republice. Mezi ty nejznámější patří: Garnier, Giorgio Armani, Kérastase, La Roche Posey, Lancôme, L'Oréal Paris, Maybelline, NYX Professional Makeup, Vichy a Yves Saint Laurent.

Skupina L'Oréal vygenerovala v roce 2016 tržby ve výši 25,8 miliard EUR a zaměstnává 89 300 lidí po celém světě. Jako přední světová kosmetická společnost je L'Oréal přítomen ve všech distribučních sítích: masový trh, obchodní domy, lékárny a drogerie, kadeřnické salóny, parfumerie, cestovní maloobchody i elektronický obchod. V rámci HUBu L'Oréal Česká republika, Slovensko a Maďarsko, s regionální centrálou v Praze, pracuje nyní přibližně 500 zaměstnanců. Na českém trhu je L'Oréal od roku 1994.

Výzkum, inovace a specializovaný výzkumný tým složený z 3 870 lidí jsou jádrem strategie společnosti L'Oréal, který stanovil velmi ambiciózní cíle pro udržitelný rozvoj napříč hodnotovým systémem celé skupiny pro rok 2020.

Více informací najdete na stránkách www.loreal.cz nebo www.loreal.com.



makro

Makro Cash& Carry ČR

www.makro.cz

Makro Cash & Carry ČR bylo založeno jako dceřiná společnost firmy SHV Makro. K 1. lednu 1998 převzala veškeré velkoobchodní aktivity společnosti SHV Makro v Evropě firma Metro AG.

V České republice patří do sítě Makro Cash & Carry ČR třináct velkoobchodních center. Tato centra jsou zaměřena na velkoobchodní prodej širokého sortimentu potravinářského i nepotravinářského spotřebního zboží registrovaným podnikatelům, obchodníkům a dalším subjektům jako jsou nemocnice, školy, orgány státní správy apod.

Podnikatelům (fyzickým i právnickým osobám) vystavujeme na základě registrace zákaznické karty, které jim umožňují vstup nejen do všech prodejen Makro Cash & Carry ČR, ale i do celé sítě Makro / Metro v dalších zemích.

Kromě formátu Cash & Carry nabízí firma přímé závozy zboží svým zákazníkům.

Měníme se.

MAKRO je jedinečným místem pro **všechny milovníky jídla.**

makro



inspirace

Inspirujte se širokým sortimentem **kvalitních potravin** určených pro **profesionály v gastronomii.**



www.makro.cz



Spontex je celosvětově známá značka s historií přesahující 70 let. Počátek výroby prvních viskózních houbiček je datovaný do roku 1932 ve Francii. Od té doby Spontex rozšiřoval svůj sortiment a nyní nabízí širokou škálu produktů vysoké kvality určené pro každodenní péči o domácnost, jako jsou mopy, smetáky, houbičky, rukavice a další. Spontex je Váš spojenec pro méně námahy.



Rozumí životu



NUK – Váš malý zázrak si zaslouží tu nejlepší péči. Proto NUK již 60 let pracuje na podpoře zdravého vývoje těch nejmenších a zároveň pomáhá s každodenními starostmi. Inspirovali jsme se přírodou, vědeckými poznatky a samozřejmě skutečnými odborníky, rodiči a dětmi samotnými. NUK. Rozumí životu.

MARS

Mars Czech s.r.o.

Michelská 1552/58
140 00 Praha 4, Česká republika

Telefon

+420 227 024 500

Spotřebitelské centrum

844 135 135

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 • www.perfectfit.cz • www.whiskas.cz
www.vyzivapsuakocek.cz • www.peceopsa.cz • www.naplntemisky.cz
www.unclebens.cz



The Five Principles
Quality Responsibility Mutuality Efficiency Freedom





JSME EVROPSKÝM DODAVATELEM VYBAVENÍ INTERIÉRŮ PRODEJEN

Charakteristika společnosti:

Společnost MBG se řadí mezi významné dodavatele vybavení interiérů prodejen, shopů čerpacích stanic, drogerií, lékáren a lékařských prostor, kanceláří a restaurací minipivovarů.

Od svého vzniku v roce 1993 prochází firma vývojem, který postupně měnil malou obchodní firmu na výrobně-obchodní 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.

Svým zákazníkům společnost nabízí:

-  NÁVRH & DESIGN
-  ŘÍZENÍ PROJEKTU & VZOROVÁNÍ
-  VÝROBA & KOMPLETACE
-  SKLADOVÁNÍ & ROLL-OUT
-  MONTÁŽ & SERVIS



Trakita



LUKOIL



Panasonic



LUXOR

dyson



www.mbg.cz



Mondelez Czech Republic s.r.o. Mondelez Slovakia s.r.o.

www.mondelezinternational.com

Společnosti Mondelez Czech Republic s.r.o. a Mondelez Slovakia s.r.o. jsou součástí skupiny společností Mondelēz International, která je předním světovým výrobcem cukrovinek a pečených produktů. V současné době zaměstnává více než 80 tisíc zaměstnanců a své výrobky prodává ve 160 zemích světa. Mezi její nejznámější značky patří čokoláda Milka a Cadbury, sušenky Oreo a LU nebo žvýkačky Trident. Do portfolia produktů na českém a slovenském trhu patří značky BeBe Dobré ráno, Brumík, Fidorka, Figaro, Halls, Kolonáda, Miňonky, TUC či Zlaté. Mondelēz International je v České republice a na Slovensku jedničkou ve výrobě sušenek a čokoládových cukrovinek. Ve čtyřech továrnách, dvou obchodních jednotkách a centru sdílených služeb zaměstnává téměř 2,5 tisíce lidí. Obchodní zastoupení firmy zde prodává 430 produktů pod 19 značkami.





Mobile**SYSTEM**

Adresa společnosti: Purkyňova 125, 612 00 Brno
Kontaktní osoba: Jaroslav Kapoun
Telefon: +420 773 111 501
E-mail: office@monit.cz
Webové stránky: monit.cz

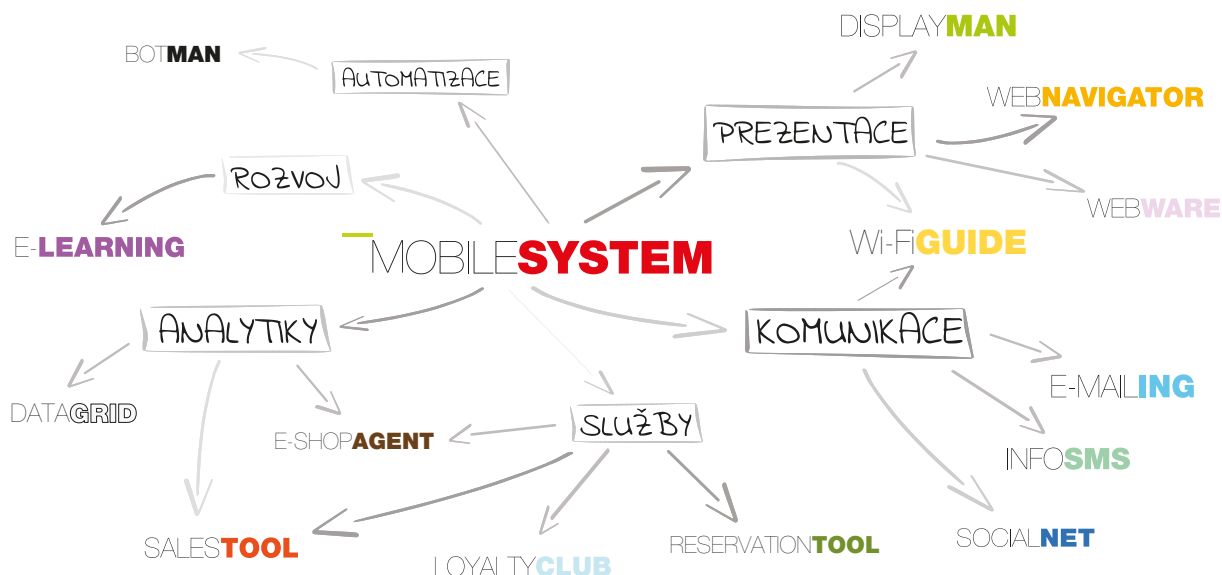


Charakteristika společnosti:

Společnost monit přináší komplexní služby digitálního marketingu nejen pro retail. Proces komunikace se zákazníky a sledování jejich zájmu a nákupního chování nechápeme jako diskrétní disciplíny, ale vzájemně se prolínající a souběžné procesy. Z tohoto důvodu také naše nástroje nejsou samostatnými kategoriemi, nýbrž chytře propojeným soukolím vzájemně se doplňujících prvků. Přehledné a intuitivní statistiky pak poskytují ucelený pohled na práci se zákazníky.

Mezi hlavní produkty patří:

- Mobile**SYSTEM** – komplexní digitální marketingový nástroj,
 - umožní opravdu cílenou a personalizovanou komunikaci na vaše zákazníky
 - je s nimi v kontaktu a sleduje jejich zájem a potřeby 24/7/365
 - poskytne přehledný a provázaný pohled na zákazníka
 - může automatizovaně zastoupit běžnou operativu = spoří náklady,



NTELIGENTNÍ DIGITÁLNÍ STOJANY a MENUBOARDY – s dotykovou obrazovkou a rozpoznáváním osob a dalších parametrů stojících před kamerou,
On-line marketingové výzkumy/dotazníky,
Mystery shopping, atd.

Reference:

The Coca-Cola company • Coca-Cola HBC • L'Oréal Professionnel • Matrix • Costa-Coffee • Paul • OBI • Centropen • Volkswagen • Rossmann • Haribo • ŠkoFIN • Nespresso ... a mnoho dalších

MORIS

D E S I G N

MORIS design s.r.o.

www.moris.cz

MORIS design je výrobní firmou s přesahem do marketingu, designu a řešení prodejních strategií.

Disponujeme dostatečnou kapacitou, zkušenostmi a zázemím. Máme vlastní vývojové oddělení, design, TPV, výrobu a servisní týmy po celé ČR. Nejsme agentura, proto neplatíte nic navíc.

Jsme velice flexibilní. Naše výroba je ve stejném objektu, a proto rychle reagujeme na změny a požadavky klienta při vývoji nebo při výrobě.

Vyhráli jsme přes 45 mezinárodních ocenění.

Reference:

In-store design

O2 Future Shop, CK Fischer, Teta, Teta lékárny, Banka Creditas, Optiscont, Highland sport

POS & Stojany

Dermacol, Gabriela Salvete, T-Mobile, Panasonic, Revlon, Tchibo, Fortuna, FAB, Primalex, Moët & Chandon, Hamé



JSME VÍTEŽI VÍCE NEŽ

47 CEN

V RŮZNÝCH KATEGORIÍCH

IN - STORE A POS

DESIGNU



MORIS design s.r.o.

Pod Stárkou 33

140 00 Praha 4 - Michle

t: + 420 222 512 231

m: + 420 724 075 630

e: moris@moris.cz

www.moris.cz

NERA DISPLAYS

Firma NERA DISPLAYS je přední český výrobce produktů na podporu prodeje, vybavení retailových prodejen a stojano POP a POS. Firma je na trhu již od roku 1988, to znamená, že v roce 2018 slaví 30 let! Výrobky firmy NERA DISPLAYS najdete u zákazníků po celé Evropě. Mezi dlouholeté odběratele patří řada obchodních řetězců, výrobců cigaret i dalšího zboží. Výrobky firmy NERA pomáhají prodávat produkty koncovým zákazníkům a jsou důležitým pomocníkem při nákupním rozhodovacím procesu. Firma disponuje svým vlastním technickým a designovým oddělením. To znamená, že vše od návrhu až po samotnou výrobu vzniká pod jednou střechou.

NERA DISPLAYS



30th years
ANNIVERSARY

RETAIL
& DISPLAY
professional

www.neradisplays.cz





Nestlé

Good Food, Good Life

Nestlé Česko s.r.o.

Nestlé je největším výrobcem potravin a nápojů na světě. Podniká ve více než 150 zemích světa, zaměstnává 328 000 zaměstnanců. Posláním Nestlé je zvyšovat kvalitu života a přispívat ke zdravější budoucnosti.

Nestlé nabízí široké portfolio výrobků a služeb pro lidi i jejich domácí mazlíčky. Jedná se o více než 2 000 značek, od globálních ikon jako je Nescafé nebo Nespresso až k místním značkám. Základem podnikání Nestlé je strategie rozvoje výživy, zdraví a vyváženého životního stylu. Společnost byla založena před 150 lety ve švýcarském Vevey, kde dodnes sídlí. V Česku Nestlé vyrábí ve svých závodech ZORA Olomouc a SFINX Holešov cukrovinky pod značkami Orion, Kofila, Margot, BonPari, JOJO a další. Na Slovensku vyrábí v závodě Carpathia Prievidza široký sortiment kulinářských výrobků pod značkami Maggi a Carpathia.

Více na www.nestle.cz.



Jedinečný recept na spokojené břicho

Tradiční proces fermentace potravin,
přispívající ke zdravému zažívání, inspiroval
Hami natolik, že jako první přichází
s fermentovaným kojeneckým mlékem.



Prožijte to s



Na zdraví a odolnosti
vašeho dítěte nám záleží



- **Nejpokročilejší Nutricia výzkum
mateřského mléka**
- 🔬 **Unikátní směs prebiotik GOS/FOS
s klinickou evidencí**



Spolehněte se
na Nutrilon®

* Omega 3 (kyselina alfa linolenová) a železo pro normální vývoj mozku (přispívá k rozvoji poznávacích funkcí), vápník a vitamín D pro normální růst a vývoj kostí. ● Nutrilon obsahuje vitamíny A, C, D, které přispívají ke správné funkci imunitního systému dítěte. Výživa a další vlivy pomáhají ovlivnit odolnost vašeho dítěte. Kojení je nejpřirozenějším způsobem výživy kojenců. Kojenecká výživa by měla být používána na doporučení lékaře. Způsob použití a další informace na obalech a webových stránkách www.nutriklub.cz/www.klubmaminek.cz. Potravinu pro zvláštní výživu.

NUTRICIA



Perfetti Van Melle Czech Republic, s.r.o.

www.mentos.cz • www.chupachups.cz

Naše společnost Perfetti Van Melle patří od roku 2002 mezi světové lídry na trhu s cukrovinkami. Za tajemstvím našeho úspěchu stojí široké portfolio oblíbených značek žvýkaček a bonbónů Mentos, Chupa Chups a Smint.

Trh cukrovinek je tak obohacen o silné, osobité, vyhraněné a snadno zapamatovatelné značky. Všechny naše výrobky spojují klíčové rysy, jimiž jsou unikátní pojetí, přitažlivost pro děti i dospělé, vysoká kvalita a neodolatelná variabilita chutí.

**Síla
žvyku!**

Zvykněte si na to.
mentos[®]
jsou i žvýkačky!





PHILIP MORRIS ČR

Philip Morris ČR a.s.

Adresa společnosti: Karlovo náměstí 10, 120 00 - Praha 2

Telefon: +420 266 702 111

Fax: +420 266 702 333

E-mail: philipmorris.cz@pmi.com

Webové stránky: www.pmi.com/cs_cz/pages/homepage.aspx

Philip Morris ČR a.s., společnost ve skupině Philip Morris International Inc. (PMI), je největším výrobcem a prodejcem tabákových výrobků v České republice. Společnost je kótována na Burze cenných papírů Praha.

Historie působení společnosti Philip Morris International v České republice sahá do roku 1987, kdy Československý tabákový průmysl, předchůdce státního Tabáku a.s., započal s licenční výrobou cigaret značky Marlboro.

V roce 1992 získala společnost PMI většinový podíl ve státem vlastněné společnosti Tabák,a.s., která od roku 2000 nese jméno Philip Morris ČR a.s.

Továrna společnosti v Kutné Hoře je jediným závodem pro výrobu cigaret a tabákových výrobků v České republice. Její provoz je od roku 1992 neustále modernizován a rozšiřován. V roce 2010 společnost do její modernizace investovala 750 mil. korun.

Philip Morris ČR a.s. nabízí dospělým zákazníkům oblíbené mezinárodní a domácí značky cigaret, jako jsou Marlboro, L&M, Chesterfield, Philip Morris, Petra či Sparta.

Ke konci roku 2016 zahrnovalo naše portfolio v České republice 7 značek v 59 variantách.

Philip Morris ČR a.s. vlastní 99 % obchodní podíl v dceřiné společnosti Philip Morris Slovakia s.r.o., která je registrovaná ve Slovenské republice.

Philip Morris ČR a.s. zaměstnává více než 1200 lidí.

PHILIPS

Philips Česká republika s.r.o.

Rohanské nábřeží 678/23, Karlín, 186 00 Praha 8

Kontaktní osoba: Tomáš Besperát • tel.: +420 773 772 653 • e-mail: tomas.besperat@philips.com

www.philips.cz

Philips Česká republika s.r.o. je českou pobočkou nadnárodní společnosti Royal Philips sídlící v Nizozemsku.

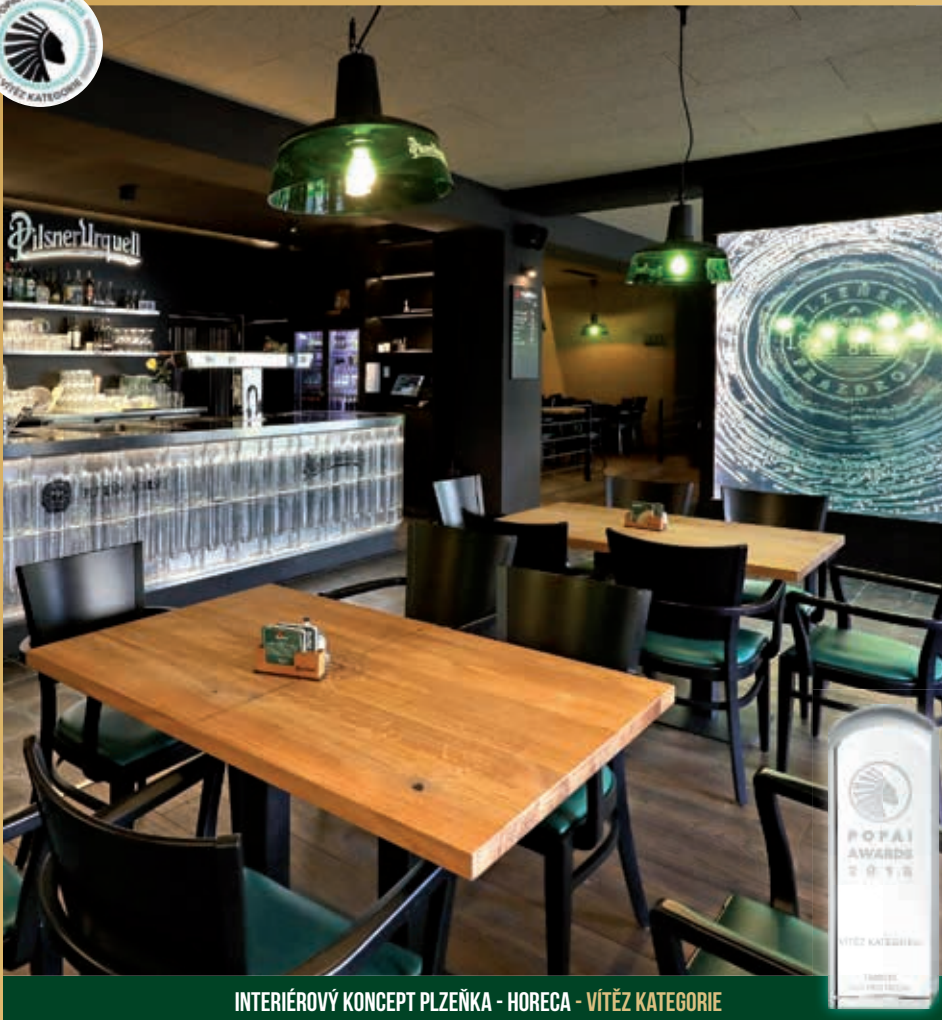
Jsme diverzifikovanou technologickou společností, jejímž cílem je zlepšovat životy lidí prostřednictvím smysluplných inovací. Klademe si za cíl přinášet nové technologie a spotřebitelské výrobky, které lidem na celém světě umožní zažít skutečnou změnu.

Věříme, že nejlepší cesta k tomuto cíli vede přes důkladné porozumění potřebám a přáním našich zákazníků. Spojením těchto dvou prvků - člověka a inovací - vytváříme příští generaci technologií a produktů, které lidé skutečně chtějí a potřebují.

Smysluplné inovace, které lidem pomáhají ke zdraví a lepšímu radostnému životu, jsou tím, co nás odlišuje a díky čemuž jsme Philips.

innovation  you





INTERIÉROVÝ KONCEPT PLZEŇKA - HORECA - VÍTĚZ KATEGORIE



REGÁLOVÉ ČELO BIRELL - 3. MÍSTO POPAI AWARDS PARIS 2018



INTERIÉROVÝ KONCEPT ŠARIŠ PUB – HORECA

PLZEŇSKÝ PRAZDROJ, A.S.

Kontaktní osoba: **Karel Kraus**

Adresa společnosti: **Plzeň, U Prazdroje 7, PSČ 30497**

Telefon: **+420 377 061 111**

E-mail: **info@prazdroj.cz**

Webové stránky: **www.prazdroj.cz**

Charakteristika společnosti:

Plzeňský Prazdroj založili a postavili společnými silami právováreční měšťané města Plzně v roce 1842. V tehdejší Měšťanském pivovaru Plzni byla uvařena první várka spodně kvašeného ležáku, který následně dobyl celý svět pod jménem Pilsner Urquell, a který dal název celému jednomu druhu piv – Pils. Plzeňský Prazdroj je významným výrobcem a exportérem českého piva, které vaří ve čtyřech pivovarech, v Plzeňském Prazdroji a Gambrinusu v Plzni, v Radegastu v Nošovicích a pivovaru Velké Popovice ve středních Čechách. Plzeňský Prazdroj vyváží pivo do více než padesáti zemí po celém světě. Společnost patří pod jednotku ABEL (Asahi Breweries Europe Ltd), která vznikla po akvizici pěti středoevropských pivovarů japonskou pivovarnickou společností ASAHI.

18+

POUZE PRO STARŠÍ 18 LET
www.napivosrozumem.cz



Plzeňský Prazdroj

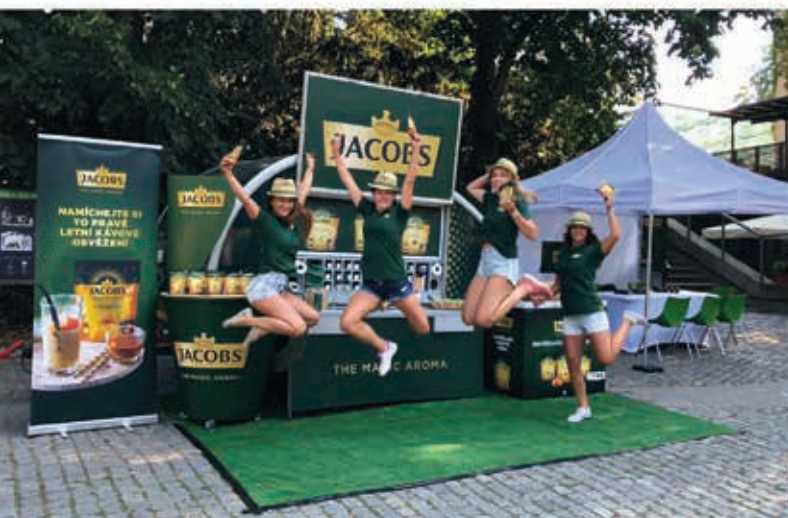
POS Media Czech Republic

www.posmedia.cz

POS Media Czech Republic již 20 let nabízí širokou škálu produktů a služeb v oblasti reklamy v místě prodeje maloobchodních řetězců a obchodních center. Součástí portfolia společnosti jsou POS nosiče, promo, eventy, merchandising, kreativní koncepty zajišťované agenturou **GARP Integrated** a odborné poradenské služby.

Od roku 2014 do skupiny POS Media Group patří také společnost **POS Digital**, která zajišťuje komplexní digitální řešení v retailu, obchodních centrech či jiných sférách zákaznické komunikace a umožňuje klientům, za pomoci softwaru pro správu obsahu, ovládnání více nosičů z jednoho rozhraní. POS Media ve spojení se společností **Omni Marketing Global** dnes poskytuje služby více než 250 obchodním řetězcům a deseti tisícům klientů ve 24 zemích světa.

WE INFLUENCE SHOPPER BEHAVIOUR





ppm factum a.s.

www.ppmfactum.cz

Jsme ppm factum. Poskytujeme komplexní služby pro podporu prodeje: **merchandising, promotion, audit monitoring, market research a POS storage**. Know-how čerpáme z významných profesních evropských i světových organizací a získali jsme certifikáty ISO garantující kvalitu našich služeb. Máme více než 20 let zkušeností, 150 zaměstnanců a obrat přes 500 mil. Kč. Díky tomu jsme stabilním a spolehlivým partnerem pro všechny druhy vašich projektů.



Propojujeme značky se zákazníky.

Vytváříme komplexní sales
promotion: instore komunikaci,
roadshow nebo eventy.

Přinášíme jedinečnou kreativitu,
profesionální týmy a pečlivé
vyhodnocení. S radostí a se
zkušenostmi od roku 1996.
Spolehněte se na nás.



ppmfactum.cz



PRESCO GROUP, a.s.

www.presco.cz

Společnost PRESCO GROUP, a.s. vznikla již v roce 1995 jako ryze česká společnost. V současné době ji můžeme dělit na dvě samostatné divize, kterými jsou divize advertising a divize publishing. Tyto dvě divize zároveň určují i hlavní obory podnikání společnosti, kterými jsou vydavatelská činnost a reklamní činnost.

Divize advertising:

Tato divize se zabývá převážně výrobou reklamních předmětů a dárkových předmětů s reklamním potiskem. Ke klientům této divize patří letecká společnost Austrian Airlines, Česko-Slovenský ples, v bankovním sektoru jsou jejími klienty Komerční banka a Československá obchodní banka, dále společnost Go parking a mnoho dalších.

Divize publishing:

Hlavní činností této divize je vývoj a výroba datového zboží (kalendáře a diáře), papírenského sortimentu, dárkového sortimentu. V roce 2016 uvedla na trh novou obchodní značku dětských knih Ella & Max a následující rok Baagl zaměřený na školní sortiment.

BUĎTE SVÝM KLIENTŮM BLÍŽ 365 DNŮ V ROCE

Vytvořte si s námi zcela unikátní diář, který bude přesně odpovídat individuálním požadavkům, firemním barvám, design manuálu, značce a výrobkům. Vyberte si z nejširší a nejoriginálnější nabídky diářů na českém trhu.

DALŠÍ MOŽNOSTI

- Typ a barva povrchu
- Další vložené listy
- Kulaté rohy
- Hmatníky – výseky
- Papírové kapsy
- Krabička – od luxusní po jednoduché řešení

Reklamní
předsádka

Ražba loga
na desky



Vlepení
reklamních
listů

Barevná
gumička

Samolepicí
poutko
na tužku

Tisk loga
na desky

Kování
rohů





Quo s.r.o.

Adresa společnosti: Tyršova 2158, 256 01 Benešov u Prahy

Kontaktní osoba: Jaroslav Opiš ml. • Telefon: + 420 737 797 111 • e-mail: jaroslav.opris.ml@quo.eu

www.quo.eu

Reklamní společnost Quo je česká firma s více jak 25letou působností na trhu s reklamou. Za dobu své existence rozšířila portfolio služeb natolik, že je schopna uspokojit potřeby všech klientů. Specializuje se na značení reklamních předmětů, textilu a komponent pro průmysl.

Další oblastí činnosti je výroba venkovní reklamy, specialisté vytváří a realizují polepy vozů, firemní štíty či orientační systémy. Samozřejmostí je nabídka produkce tiskových materiálů včetně grafického zpracování. Velké výrobní zázemí a skladové kapacity jsou předurčeny k zajištění i velkokapacitních zakázek.

Zastoupení:

Benešov • Praha • Tábor • Brno • Bratislava

Reference:

Adventura, Agrozet ČB, Alpla, Amfora, Auto Brejla, Benea, Bushman, ČPP, Davocar, Dita, Geus, Medical technologies, Mediclinic, Mokate, Nature House, Nemocnice Rudolfa a Stefanie, Pekass, ProfiOdpady, Proratio, Ruml s. r. o., Stasto, Tesla Blatná, Vari, Wifcom, atd.

REKLAMNÍ SPOLEČNOST QUO | BENEŠOV • PRAHA • TÁBOR • BRNO • BRATISLAVA

REKLAMNÍ PŘEDMĚTY PRO VÁS...

Reklamní fullservis

přináší komfortní zpracování
nejrůznějších druhů reklamního sdělení
na jednom místě **s úsporou času**
i finančních prostředků.

Od návrhu po realizaci

billboardy | bigboardy | megaboardy | atypická reklama | reklama na mostech | světelná reklama
firemní štíty | navigační systémy | polepy aut | potisk autoplachet | velkoplošný digitální tisk
grafické studio | potisk textilu – karuselový sítotisk | strojní vyšívání | tamponový tisk | ostatní sítotisk
rytí | frézování | gravírování | transferový tisk | laser | termotisk | řezání tvrzeného polystyrenu



www.quo.eu



Red Bull

Red Bull Česká republika, s.r.o.

www.redbull.com

Pro někoho byla středa 1. dubna 1987 docela obyčejný den. Pro společnost Red Bull den, kdy se narodila. Právě na apríla roku 1987 se totiž v Rakousku prodala první plechovka nového energetického nápoje. Otcem a zakladatelem značky je Dietrich Mateschitz, jenž na své cestě do Thajska ochutnal tamní nápoj Krating Daeng, jehož jméno v překladu znamená „Rudý býk“. Domluvil se s majitelem unikátního receptu Čaleem Júvitjou a založili spolu firmu Red Bull. Zatímco na začátku byla modro-stříbrná plechovka k dostání jen v Rakousku, dnes ji seženete ve 171 zemích světa. Stejně jako se každým dnem posouvá kupředu celý svět, ani Red Bull nezůstává pozadu. Kromě upevňování své pozice jako lídra v oblasti energy drinků se společnost rozhodla vstoupit i do dalšího segmentu a od loňského roku nabízí ochucené BIO limonády z řady ORGANICS by Red Bull. Ty sice nemají energetickou složku, ale výborně se hodí k příjemnému letnímu osvěžení nebo posezení s přáteli. I nadále Red Bull dává křídla lidem a jejich nápadům. Kromě pevného místa ve světě sportu, kde posouvá hranice lidských výkonů, nechybí ani na žádné významné události výtvarné nebo hudební scény.

KŘÍDLA PRO KAŽDOU PŘÍLEŽITOST.



ENERGETICKÉ NÁPOJE

Osvěžující bio nápoje



RETAIL OF THE FUTURE

ADRESA SPOLEČNOSTI:

Nuselská 499/132, 140 00 Praha 4

TELEFON:

+420 241 400 312

E-MAIL:

info@retail-future.cz

WEBOVÉ STRÁNKY:

www.retail-future.cz



- Kompletní návrh prodejního prostoru a jeho vizualizace
- Poradenství s efektivním řešením vnitřního vybavení prodejen
- Realizace interiéru včetně řízení projektu
- Revitalizace stávajících prodejen
- Návrh a 3D design POP/POS
- Výroba prototypů POP/POS
- Zakázková výroba POP/POS
- Logistika v celé EU
- Záruční a pozáruční servis

U ŘEŠENÍ VYUŽÍVÁME:

dřevo, kov, umělý kámen, plast, karton, LED světla, interaktivní prvky

FOLLOW **FUTURE**, FOLLOW **US**



STŘEŠNÍ REKLAMY ◦ MAGNETICKÉ SYSTÉMY ◦ NEONY ◦ INTERIÉROVÉ REKLAMY ◦ TOTEMY ◦ ORIENTAČNÍ SYSTÉMY



REX spol. s r.o.

Král světelné reklamy

Název společnosti: REX spol. s r.o.
Adresa společnosti: Bubenská 20, 175 00 Praha 7
Kontaktní osoba: Vlastimil Král

Charakteristika společnosti:

Rex spol. s r.o. je ryze česká společnost působící na zdejšímu trhu více než 28 let. Naším krédem je nabídnout klientům co nejlepší produkty, zejména z oblasti světelné reklamy, neonů, POP, reklamních stojanů a poutačů. Zabýváme se většinou individuální produkcí. Jedná se zejména o velmi populární reklamy pro snadnou výměnu motivů. Systémy Vitrine Media, Posterlight pro výměny motivů tištěných na backlite, Sign Ware pro výměnu motivů tištěných na textilie.

V našem sortimentu naleznete výrobu 3D písmen ve všech technologiích. Písmena vyrábíme ze styroduru, plexiskla, plastů, MDF, Alu, nerez. Velmi populární jsou také písmena vyráběná technologií BLOK LED. V tomto provedení lze díky speciálním plexisklům i LED prosvětlení dosáhnout znaků s velmi malou plasticitou. Samozřejmě vyrábíme i plošně prosvětlené reklamy, včetně velkoplošných reklam s čelní plochou z backlite vinylové fólie - technologie Signtech.

Také jsme jedním z mála výrobců neonových reklam. Neony vyrábíme z trubic značek Glostertube, Tec nolux. Vyrábíme i firemní totemy, orientační systémy budov, transparenty, prezentační systémy, POP, Roll up, roletky, výstavní systémy apod.

Reference

Pracujeme pro řadu významných klientů. Namátkou jmenujeme: Olympus, Canon, Esprit, Desigual, Adidas, Hilton, Dr. Oetker, ČEZ, Apple, Deichmann a řadu dalších



Telefon: +420 233 374 020-1
+420 312 691 712-3
E-mail: rex@rex-reklama.cz

www.rex-reklama.cz

LED APLIKACE ◦ TEXTILNÍ SYSTÉMY ◦ POP ◦ PREZentační STOJANY ◦ PLASTICKÉ PÍSMO ◦ SVĚTELNÉ REKLAMY





SVETELNÁ REKLAMA & INSTORE SOLUTIONS

Ross s. r. o.

www.ross.sk * www.ross.eu

Filozofiou našej spoločnosti je poskytnúť klientom produkty na podporu predaja a svetelnú reklamu s jedinečným dizajnom. Tieto produkty spĺňajú najvyššie požiadavky užívateľov a pomáhajú zvýšiť predaj koncovému zákazníkovi. Produkty individuálne prispôbujeme požiadavkám klienta. Pri výrobe využívame špičkové technológie spracovania kovov, plastov a vysokokvalitné certifikované materiály od dodávateľov s dlhoročnou tradíciou na trhu. Disponujeme technológiami ako sieťotlač, vákuové lisovanie, laserové rezanie, frézovanie a i.

SVETELNÁ REKLAMA * 3D PLASTICKÉ NÁPISY * BOXY A VÝSTRČE * INTERIÉROVÁ REKLAMA * LED DISPLEJE * TOTEMY A PYLÓNY * MARKÍZY A TERASY * BANNERY A BIGBOARDY * TABULE A ŠTÍTY * A-STOJANY * PREZENTAČNÉ STOLÍKY * REGÁLY * STOJANY * ZÁSOBNÍKY * POP PRODUKTY * ŠPECIÁLNE PROJEKTY



DIZAJN → VÝVOJ → PROTOTYP → PRODUKCIA → MONTÁŽ → SERVIS



pečať prosperity, stability



SAMSUNG

Samsung Electronics Czech and Slovak

V Parku 2323/14, 148 00 Praha

www.samsung.cz

Samsung Electronics Czech and Slovak je pobočkou globální společnosti Samsung Electronics, která zaujímá v celosvětovém měřítku přední místo v oblasti informačních technologií, je výrobcem digitálních obrazovek, paměťových čipů, mobilních telefonů a LCD displejů, domácích spotřebičů a dalších. V oblasti retailu se zaměřuje mimo jiné na implementaci inovativních technologií – digitálních marketingových řešení (SMART Signage).

SAMSUNG

Více informací na www.chytre displeje.cz



Venkovní totemy

Možnosti využití

SAMSUNG SMART SIGNAGE

PROFESIONÁLNÍ DISPLEJE (SMART SIGNAGE) společnosti Samsung jsou velkoformátové monitory konstruované na provoz 16 nebo 24 hodin denně 7 dní v týdnu a vyznačují se vysokou svítivostí (až 3 000 cd/m²).

Díky **výkonnému Samsung hardwaru** a softwaru na **časování a spuštění obsahu** (MagicInfo) SMART Signage představuje ideální řešení pro téměř jakékoliv prostředí, kde je třeba využít digitální reklamu.

Magicinfo je technologie, která **umožňuje lokální nebo vzdálenou správu multimediálního obsahu** jako jsou videa nebo obrázky, které můžete podle potřeby různě kombinovat a plánovat jejich zobrazení v požadovaném čase. Toto řešení umožňuje používat velkoformátový displej jako samostatnou jednotku **bez nutnosti použití externího přehrávače**. Obsah je možné přehrávat z interní paměti monitoru, externího USB nebo vzdáleně prostřednictvím serveru.



Výlohy



Zrcadlové displeje



Informační nabídky a akce



POS MATERIÁLY

Nabízíme POS materiály od nejmenších wobblérů po kompletní vybavení prodejny. Více než 1000 standardních produktů je pro vás připraveno v našem e-shopu. V profesionálním Design Studiu pro vás připravíme další 3D návrhy zakázkových řešení. Neváhejte se na nás obrátit a kontaktujte nás ještě dnes!

POS INTERIÉRY

Navrhujeme, vyrábíme a instalujeme prodejní interiéry v ČR a Evropě. Přehledné prostředí usnadní nákup vašim zákazníkům. Nepodceňujte vliv atraktivního interiéru na vaše prodejní výsledky. Pomůžeme vám s vizuální stránkou a komunikací akčních nabídek pro nakupující všech věkových skupin.

DIGITAL SOLUTIONS

Nabízíme vám pohodlné řešení vaší instore komunikace. Rozmístíte digitální displeje do různých provozoven a zobrazovaný obsah ovládejte jednoduše přes wi-fi nebo mobilní data. Kdykoli tak můžete měnit vaše sdělení či prezentaci na stovkách míst v jeden moment, jedním klikem, bez náročné logistiky.

DÍLY PRO REKLAMU

Vyrobíme díly a polotovary pro reklamu a průmysl dle vašeho zadání. Dodáme součásti, na které vám chybí strojní vybavení, pomůžeme vám v momentě, kdy máte plnou kapacitu a nestíháte termín. Specializujeme se na obrábění deskových plastových a dřevěných materiálů a jejich potisk.

Více než 20 let Vám úspěšně pomáháme zvyšovat hodnotu značek. Vybudovali jsme skvělý tým talentovaných a nadšených lidí, kteří efektivně vytvářejí komplexní proces od myšlenky, návrhu až po finální realizaci. Zkušenosti s POS/POP, trvalé investice do moderních technologií a efektivity řízení nám nabízí konkurenční náskok.

Zakládáme si na vzájemné důvěře a vztazích s klienty. Pomáháme Vám vymyslet a udělat fungující řešení v tvorbě marketingové komunikace v místě prodeje.

Když se design sbírá s technologií – Sittardia

When design meets technology

NÁVRH | KONSTRUKCE | MAKETA | VÝROBA | DISTRIBUCE | INSTALACE



sittardia
www.sittardia.cz



Sprint Trading s.r.o

www.sprint-trading.eu

Již více než 22 let poskytujeme vysoce profesionální služby náročným zákazníkům. Díky investicím do vlastního výrobního a vývojového centra můžeme nabídnout kompletní servis pod jednou střešou - od návrhu designu, přes vývoj konstrukce, 3D vizualizaci, maketu, až po výrobu, kompletaci a logistiku.

- kartonové POP/POS prostředky - prodejní displeje, paletové ostrovy, paletové ohrádky a omotávky, násypné koše, totemy, stojky, stojánky, barkety, parazitní displeje, stoppery, woblers, obalová řešení, atd.
- ofsetový i digitální tisk, laminace, kašírování, výsek, lepení, tvarový ořez, vakuové tvarování, atd.
- 3D reklamní předměty na míru - obrovská škála propagačních předmětů (dárky pro věrnostní kampaně, příbaly, luxusní dárky klientům, atd.)

Jako přímý výrobce poskytujeme profesionální servis, inovaci, přímou komunikaci, kvalitu a konkurenční ceny. Díky schopnosti inovace a kreativitě našich zaměstnanců jsme získali mnohá prestižní ocenění.



VÁŠ SPOLEHLIVÝ VÝROBCE

PROFESIONÁLNÍ SERVIS | PŘÍMÁ KOMUNIKACE | KONKURENČNÍ CENY



DESIGN

KONSTRUKCE

3D VIZUALIZACE

MAKETA

VÝROBA

LOGISTIKA



TAILOR MADE
A 3D REKLAMA



TEXTILNÍ
VÝROBA



KARTONÁŽ
POP/POS



VELKOPLOŠNÝ
A MALOPLOŠNÝ
TISK



VAKUOVÉ
TVÁŘENÍ

www.sprint-trading.eu



- ONLINE KALKULACE ZAKÁZEK
- AUTOMATICKÁ KONTROLA TISKOVÝCH DAT
- ONLINE SLEDOVÁNÍ VAŠICH ZAKÁZEK
- SLEVA PRO REGISTROVANÉ UŽIVATELE
- ZÁKAZNICKÁ PODPORA 24/7



vytiskněte.si.cz

**W2P pro velkoformátový
a maloformátový tisk je konečně tady!**

NABÍZÍME KOMPLEXNÍ ŘEŠENÍ PRO VAŠE...

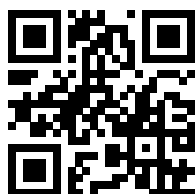
... IN-STORE KAMPANĚ

**PODLAHOVÁ SAMOLEPKA • SHELF STOPPER • ÁČKO
PALETOVÁ OHRÁDKA • LETÁČKY • TOPPER**

...MOBILNÍ PREZENTACE

ROLL-UP • POP-UP • HOP-UP

**... WINDOWS DISPLAYE A IN-STORE VÝSTAVY
TEXTILNÍ RÁMOVÉ SYSTÉMY • LIGHTBOXY**



SRP
digital printing

STI GROUP

STI Česko s.r.o.

www.sti-group.com

STI Group působí na trhu již od roku 1879, disponuje celkem 8 výrobními závody v různých evropských zemích. K jejím zákazníkům patří přibližně polovina největších evropských výrobců spotřebního zboží (FMCG) a vedoucí zástupci prodejců a výrobců průmyslového zboží. V České republice se firma STI Česko ve svém výrobním závodě v Rumburku zabývá především výrobou displejů a promočních obalů z kartonu a lepenky. Disponuje velkoformátovým offsetovým tiskovým strojem, kašírkou i několika výsekovými stroji. Firma je také vybavena několika lepicími stroji, může tedy nabídnout lepení stojanů i krabiček. V rámci svého servisu zajišťuje také kompletaci a dopravu k zákazníkům.





PLZEŇ - BOŽKOV

STOCK Plzeň-Božkov s.r.o.

Přední producent a distributor lihovin ve střední a východní Evropě, Stock Plzeň-Božkov, který už téměř 100 let vyrábí nejjemnější tradiční lihoviny a hořké bylinné likéry, přichází s novým produktem – třtinovým rumem Božkov Republica Exclusive. Rozšiřuje tak své portfolio v kategorii rum a tuzemský o novinku, která zaujme nejen prvorepublikovým konceptem a designem, ale také chutí a atraktivní cenou.

Klíčovými značkami společnosti STOCK Plzeň-Božkov s.r.o. jsou Božkov, Fernet Stock a Amundsen. STOCK Plzeň-Božkov s.r.o. zároveň distribuuje značky společnosti DIAGEO. Mezi hlavní značky pro český trh patří Captain Morgan, Johnnie Walker a Baileys.

Od ledna 2018 se stala společnost Stock Plzeň-Božkov jediným distributorem 22 prémiových značek spadajících pod Beam Suntory, jako například bourbonů Jim Beam a Maker's Mark, koňaku Courvoisier či skotské single malt whisky Laphroaig.

www.stock.cz

PRAVÝ RUM
S ELEGANCÍ

BOŽKOV

REPUBLICA®

Lahodný třtinový rum plný a nasládlé chuti a tmavě jantarové barvy si nejlépe vychutnáte samotný a při pokojové teplotě s těmi, na kterých vám záleží.

NOVINKA



WWW.PIJSROZUMEM.CZ
WWW.BOZKOV.CZ

VŽDYCKY SAMI SEBOU



storemedia
SENSORY MARKETING

Společnost Store Media již od roku 2002 poskytuje služby v oblasti smyslového marketingu.

Naším klientům nabízíme spektrum služeb, díky kterým mohou ovlivnit smysly svých zákazníků a vytvořit pozitivní zážitek z nakupování.

4000 nainstalovaných zařízení a víc jak 100 spokojených klientů – to je výsledek naší dlouholeté práce.



Aroma marketing

příjemným aroma vytvoříme v prostoru tu nejlepší emoci



In store rádio

jsme spolehlivý partner při vytváření dobré nálady prostřednictvím skvělé hudby



Digital Signage

efektivně informujeme a bavíme spotřebitele prostřednictvím reklamních obrazovek



POS reklama

audio a video reklama je nejflexibilnější komunikační prostředek

STORE MEDIA CZ s.r.o.

Kryštofova 101/7 Háje, 149 00 Praha 4

T: +420 734 826 694 · E: storemedia@storemedia.eu

www.storemedia.eu

STORY DESIGN

Member of umdasch The Store Makers

STORY DESIGN, a. s.

Moravská 949, 570 01 Litomyšl, Česká republika

- o Lána Ladislav - člen představenstva
Tel.: +420 461 613 313, 461 613 112
Fax: +420 461 615 957
e-mail: ladislav.lana@story-design.cz

www.story-design.cz

STORY DESIGN patří mezi největší a nejprogresivnější české firmy v oboru návrhů, vývoje, výroby a instalace prodejních interiérů a produktů na podporu prodeje, včetně kompletní stavební činnosti a souvisejících projekčních služeb. Od roku 2015 je součástí rakouské firmy Umdasch, která patří mezi největší firmy v oboru s působností po celé Evropě a Středním východě.

INTERIORS

DESIGN

GENERAL
CONTRACTING

DIGITAL



STORY DESIGN, a. s. • Moravská 949 • 570 01 Litomyšl • Czech Republic
www.story-design.cz

STORY DESIGN
Member of umdasch The Store Makers

THIMM Obaly, k.s.

www.thimm.cz

Zkušený výrobce digitálně potištěných obalů a POS-řešení z vlnité lepenky.

Skupina THIMM je vedoucím poskytovatelem obalových řešení a partnerem pro distribuci zboží. Rodinný podnik založený v roce 1949 zaměstnává více než 3 000 zaměstnanců v 19 závodech v Německu, Česku, Rumunsku, Polsku, Francii a Mexiku. K okruhu jejich zákazníků patří známé koncerny vyrábějící značkové zboží napříč všemi obory.

Závod THIMM ve Všetatech se specializuje na výrobu obalů a POS řešení z vlnité lepenky s digitálním potiskem. Díky digitální tiskové technologii je výroba možná už od 1 kusu! SRP obaly, displeje, poutače, promoční či dárkové obaly s individualizovaným potiskem, s možností personalizace nebo s prolínkem pro zvýšení zážitku z nakupování. Flexibilně a bez nákladů na tiskové štočky! Tisk s vodou ředitelnými barvami pro bezproblémový styk s potravinami.

Využijte naši zkušenost. V České republice jsme již 25 let.

Digitálně potištěné obaly & POS prezentace z THIMM pro zvýšení Vašich prodejů.

#digitálnítisk #CX #obaly #vlnitélepenka
#POS #personalizace #individualizace



Sledujte nás na:



www.thimm.cz





UGO![®]
inspired by 3M

**Premium visual
systems integrators**

www.ugo-media.eu

up brand activation s. r. o.

www.upagency.cz

Jsme phygital activation agency. Spojujeme osvědčené prvky tradiční podpory prodeje s prvky digitální aktivace značek tak, aby vaše prodeje jednoduše vyletěly up! Umíme vašim spotřebitelům nabídnout jednotnou zákaznickou zkušenost, která zcela plynule přechází z fyzického světa do toho, jenž se odehrává online. Nabízíme kompletní servis jak v oblasti brandbuildingu, strategic planningu, copywritingu a grafického designu, tak i realizačního zajištění field marketingových, eventových a digitálních aktivit či soutěží. Pracujeme pro řadu českých a nadnárodních společností, jako jsou Coca-Cola, Unilever, McDonalds, Vodafone, Philip Morris nebo Plzeňský Prazdroj.



physical + digital = phygital activation agency

www.upagency.cz



OUR PURPOSE IS CLEAR

Making people healthier and happier with great-tasting,
healthy and natural plant-based products which are
good for our planet

Upfield ČR, spol. s r. o.
Upfield Slovensko, spol. s r. o.
www.upfield.com



Crème
Bonjour

Perla

HERA



Rama

Fakulta multimediálních komunikací Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

<http://www.utb.cz/fmk>

Fakulta multimediálních komunikací představuje jedinečný typ vysokoškolského pracoviště spojujícího mediální a komunikační studia, výtvarná umění a audiovizuální tvorbu. Její profil odráží skutečnost, že současné trendy kultury směřují k prolínání oborů. Fakulta vzdělává odborníky, kteří pracují v reklamních a komunikačních agenturách, v oblasti PR nebo v médiích. Studium uměleckých oborů připravuje budoucí pracovníky filmových studií či televizních společností, grafiky, designéry, fotografy a další umělce. Posláním fakulty je předávat znalosti, rozvíjet dovednosti a vytvářet prostor, vedoucí k profesnímu růstu jednotlivců, rozvoji společnosti a vyšší kvalitě života v oblasti umění, designu a marketingové komunikace. Práce studentů i pedagogů jsou vystavovány doma i v zahraničí a o kvalitě výstupů svědčí i dlouhá řada ocenění.



Orkla Foods Česko a Slovensko

www.vitana.cz

www.hame.cz

Společnost Orkla Foods Česko a Slovensko, do níž patří tradiční české potravinářské značky Hamé a Vitana, je součástí mezinárodní skupiny Orkla – předního dodavatele značkového spotřebního zboží ve Skandinávii, v Pobaltí, střední Evropě a Indii. Společnost Orkla je kótována na burze v norském Oslu, kde se nachází i její centrála. Orkla Foods Česko a Slovensko je významným hráčem na trhu, když v Česku je druhou a na Slovensku čtvrtou největší potravinářskou společností. Své produkty, které vyváží do 40 zemí světa, vyrábí ve 13 závodech v Česku, na Slovensku a v Rusku. Její obrat v roce 2017 přesáhl 7 miliard Kč.

ABOUT THE COMPANY

Orkla Foods Czech Republic and Slovakia, owner of the traditional Czech food brands Hamé and Vitana, is part of the Orkla international group – a leading supplier of branded consumer goods in Scandinavia, the Baltic, Central Europe, and India. It is listed on the Oslo Stock Exchange, where the headquarters is located. Orkla Foods Czech Republic and Slovakia is currently rated as the second largest producer of packaged food in the Czech Republic, and the fourth in Slovakia. Its products are produced in 13 plants in three countries (in the Czech Republic, Slovakia and Russia), and exported to 40 countries worldwide. Turnover exceeded CZK 7 billion in 2017.



Kompletní vybavení prodejen

Jako jednička na světovém trhu s nákupními vozíky jsme v úzkém kontaktu s obchodníky. Známe jejich přání a požadavky a toto know-how využíváme při vývoji našich produktů, které vynikají svou kvalitou, atraktivní estetikou, čistým designem a ergonomií.

DIGITALIZACE: vyvinuli jsme softwarové řešení pro digitalizaci prodejen Wanzl Connect a unikátní koncept prodejny 24/7. Náš chytrý regálový displej „pure tech i“ zvítězil v digitální sekci soutěže Popai Awards 2018.

- Design prodejen
- Vybavení prodejen
- Digitalizace prodejen
- Shop-in-shop řešení
- Regálové displeje
- Montáž i servis

WANZL spol. s r.o.

www.wanzl.com





WELLEN RETAIL EXPERIENCE

WELLEN RETAIL EXPERIENCE

www.wellen.cz

Jsme mezinárodní retailová komunikační agentura s pobočkami v Praze, Torontu a Varšavě. Vytváříme komplexní in-store řešení s cílem, aby si zákazník odnesl ze setkání se značkou silný pozitivní zážitek, a to v jakémkoliv prodejním kanálu. Nabízíme celkový servis od strategie a designu prodejen, přes kreativní a digitální řešení, až po in-house výrobu a finální instalaci.



WELLEN
RETAIL
EXPERIENCE

WILLSON & BROWN



Adresa společnosti: Willson & Brown Czech, s.r.o. Belgická 20, 120 00 Praha 2 – Vinohrady

Kontaktní osoba: Jakub Teodorowski – Regional Sales Manager • **telefon:** +420 606 214 446 • **e-mail:** jakub.teodorowski@w-b.cz

Charakteristika společnosti:

Společnost Willson & Brown, která byla založena v roce 1996, je největším středoevropským výrobcem a distributorem POS materiálů. Nabízí standardní i na míru šitá řešení podpory prodeje pro světové značky v celé Evropě. Nabídka je založena na důkladném pochopení požadavků globálních značek na POS materiály.

Společnost nabízí tzv. "one stop shop" servis, který zahrnuje kreativní design, inženýrství, výrobu prototypů, výrobu, montáž, logistiku a poprodejní servis. Výrobní závod o rozloze 18 000 m² disponuje velkým množstvím vlastního výrobního zařízení. To společnosti umožňuje na jednom místě výrobu vstříkovaných plastů, výrobu nástrojů, vakuové tvářeni, tisk, zpracování plastů, dřeva, kovu a kartonu.

Spolu se zkušeným týmem 70 designérů, inženýrů, projektových manažerů a týmem zabývajícím se prototypy spolupracuje ruku v ruce tým technického vývoje tak, aby dodaly co nejvíce funkční a nákladově nejefektivnější řešení. Takto špičkově vybavený výrobní závod v kombinaci s vysoce kvalifikovaným a zkušeným týmem designu a engineeringu pod jednou střechou ve Varšavě umožňuje společnosti poskytovat flexibilní, nákladově efektivní a unikátní služby klientům po celém světě.

YASHICA

REKLAMNÍ AGENTURA

YASHICA s.r.o.

www.yashica.cz

YASHICA má mezi reklamními agenturami nejvíce poboček v ČR a její síla je tedy skutečně znát i "za Prahou". Sedm divizí pokrývá kompletní 360° marketingový servis. Tým agentury vyvíjí řešení, která jsou založena na dobrém poznání chování spotřebitele. Silné kreativní, eventové oddělení a kvalitní produkční zázemí, výroba POP a POS materiálů, online, polepy vozů, vlastní plnobarevný potisk reklamních předmětů, balící a logistické centrum - to vše je klientům k dispozici v duchu jejich mota - "Osobně".

YASHICA
REKLAMNÍ AGENTURA



OSOBNĚ, JIŽ 25 LET

VÝHODY ČLENSTVÍ V POPAI CE

Celoroční prezentace členských společností zdarma

- v prezentačních materiálech a brožurách POPAI,
- v rámci všech akcí POPAI CE i na partnerských akcích,
- na webu www.popai.cz v sekci Členové v české i anglické verzi,
- na webu www.popai.cz v samostatné sekci „Aktuality“,
- v pravidelných měsíčních newsletterech „POPAI Impulse“.

Networking

POPAI CE nabízí komunikační platformu, výměnu zkušeností a kooperaci v podobě celoročních setkání členů asociace, která jsou spojená s odborným programem.

Pravidelný informační servis pro členy

Celoroční monitoring a přednostní získání oborových informací a materiálů z retailu a in-store marketingu: průzkumy, sborníky, reporty, odborné publikace.

Kalendář akcí oboru marketing at retail: monitoring odborných akcí v ČR a v zahraničí včetně kontaktů na pořadatele.

Kontinuální odborný program pro rozšíření znalostí v oblasti retailu a marketingové komunikace

Účast zdarma pro stanovený počet zástupců z každé členské společnosti dle pravidel účasti na všech akcích celoročního odborného programu:

- vzdělávací program Univerzita POPAI (semináře, certifikované kurzy),
- konference POPAI FÓRUM,
- galavečer POPAI DAY,
- networking party POPAI CE,
- POPAI Inkubátor.

Možnost aktivně se zapojit do tvorby programů specializovaných sekcí POPAI CE, které se zaměřují na projekty pro konkrétní členské kategorie.

Zvýhodněná účast v soutěži POPAI AWARDS – členům POPAI CE je poskytnuta 50% sleva ze soutěžního poplatku.

Zvýhodněná účast v mezinárodních soutěžích Shop! GLOBAL AWARDS a POPAI AWARDS Paris.

Spolupráce se zástupci a studenty středních a vysokých škol se specializací na marketingovou podlinkovou komunikaci

Členové POPAI CE se mohou přednostně stát partnery soutěže POPAI STUDENT AWARD, ve které studenti vytvářejí návrhy POP materiálů a in-store komunikačních kampaní dle konkrétních partnerských briefů.

Zlepšení strategie prostřednictvím výzkumů

Účast v průzkumových projektech POPAI CE a přednostní získání informací a vybraných výstupů:

- výzkumů v oblasti měření efektivity POP, analýz spotřebitelského chování v in-store a vlivu na nákupní rozhodování,
- výzkumu Shopper Engagement Study,
- výzkumů se zadavateli reklamy a zástupci maloobchodu o postojích k POP a o využitelnosti POP prostředků v řetězcích,
- monitoringu investic do in-store marketingových nástrojů a 3D reklamy,
- POP sémiotického průvodce,
- výzkumu HORECA POP zaměřeného na POP komunikaci v HORECA destinacích,
- výzkumu, který analyzuje současný trh s dárkovými a propagačními předměty,
- výzkumu zaměřeného na oblast digitální komunikace atd.

Být součástí silné oborové asociace, jejíž členové jsou uznáváni jako seriózní a důvěryhodní profesionálové, kteří reprezentují standard kvality oboru.

Definice správných morálních zásad a etického chování všech členů v rámci POP oboru na základě Etického kodexu POPAI CENTRAL EUROPE.

Být součástí rozsáhlé globální sítě a čerpat znalosti prostřednictvím centrály a zahraničních poboček

Možnost čerpání benefitů, které nabízí americká centrála Shop!: bezplatný, nebo zvýhodněný odběr odborných publikací, newsletterů, účast ve vzdělávacích programech, participace na výzkumech.

BENEFITS OF POPAI CE MEMBERSHIP

Yearlong presentation of the member companies free of charge

- In the POPAI presentation materials and brochures,
- During all POPAI CE events and at partner events,
- On the www.popai.cz website in the Members section both in the Czech and English versions,
- On the www.popai.cz website in the separate "News" section,
- In the regular "POPAI Impulse" monthly newsletters.

Networking

POPAI CE offers a communication platform, the possibility of an exchange of experience and cooperation in the form of all-year round meetings of the Association members, connected with an industry-related programme.

Regular information service for members

Yearlong monitoring and being among the first to obtain industry-related information and materials from retail and in-store marketing: surveys, conference proceedings, reports, specialist publications.

Marketing at Retail Events Calendar: monitoring of industry-related events in the Czech Republic and abroad including the contact details of the organisers.

Continuous specialist programme for broadening knowledge in retail and marketing communication

Free of charge participation for the set number of representatives from each member company in all of the events of the yearlong industry-related programme in accordance with the participation rules:

- Educational programme of POPAI University (seminars, certified courses),
- POPAI FORUM Conference,
- POPAI DAY Gala Evening,
- POPAI CE Networking Party,
- POPAI Incubator.

Possibility of active involvement in the creation of programmes of the specialised POPAI CE sections, focusing on projects for specific member categories.

Preferential treatment for participation in the POPAI AWARDS competition – POPAI CE members will receive a 50% discount on the competition fee. Preferential treatment for participation in the international competitions - Shop! GLOBAL AWARDS and POPAI AWARDS Paris.

Co-operation with representatives and students of universities and secondary schools specialised in below-the-line marketing communication

POPAI CE members are given priority when choosing partners for the POPAI STUDENT AWARD competition, in which students create designs of POP materials and in-store communication campaigns according to the specific briefs of the partners.

Research-based strategy improvement

Participation in POPAI CE research projects and being among the first to receive the information and selected results:

- Research aimed at quantification of POP effectiveness, analyses of consumer in-store behaviour and the influence on shopping decisions,
- Shopper Engagement Study,
- Research surveys with advertisers and retail representatives concerning the attitudes towards POP as well as the usefulness of POP means in chains,
- Monitoring investment in in-store marketing tools and 3D advertising,
- POP Semiotic guide,
- HORECA POP study targeting POP communication in HORECA destinations,
- Research analysing the current gift and promotional item market,
- Research aimed at digital communications, etc.

Being part of a strong industry association, whose members are recognized as reputable and trusted professionals who represent the quality standard of the industry.

Definition of the correct moral principles and ethical behaviour of all members within the POP industry based on the POPAI CENTRAL EUROPE Code of Ethics.

Being part of a vast global network and obtaining knowledge via the central office as well as foreign branches

Possibility of gaining benefits, offered by the Shop! American central office: free or discounted subscription to professional publications, newsletters, participation in training programmes, involvement in research.



Prestižní evropská akce
v oboru in-store komunikace.
Celodenní program nabídne mezinárodní
konferenci, expozice významných
oborových soutěží a gala večer.

POP AI DAY 2019

21. 11. 2019

Kongresové centrum TOP HOTEL Praha****,
Blažimská 1781/4, 149 00 Praha 4 - Chodov



**POP AI
FORUM**

POP AI FÓRUM 2019

Mezinárodní konference o zásadních trendech v retailu a o potenciálu místa prodeje.



**POP AI
AWARDS**

POP AI AWARDS 2019

Soutěž o nejlepší prostředky komunikace a reklamy v prodejních místech.
Přehlídka nejnovějších realizací v oblasti nástrojů in-store komunikace,
in-store technologií a dalších podpůrných propagačních nástrojů.



**HVĚZDA 3D
REKLAMY**

Hvězda 3D reklamy 2019

Soutěž Hvězda 3D reklamy o nejlepší reklamní a dárkové předměty dlouhodobě podporuje
obor 3D reklamy a zviditelňuje nejzajímavější novinky tohoto oboru na našem trhu.



**POP AI
STUDENT
AWARD**

POP AI STUDENT AWARD 2019

Soutěž o nejlepší studentské návrhy projektů komunikace v místě prodeje
dle zadání od konkrétních zadavatelů - partnerů soutěže.

Galavečer

Slavnostní vyhlášení výsledků soutěže POPAI AWARDS 2019, Hvězda 3D reklamy 2019
a POPAI STUDENT AWARD 2019 • Degustace vín • Raut, hudba, networking

AKCE PROBÍHÁ POD ZÁŠTITOU SVAZU OBCHODU A CESTOVNÍHO RUCHU ČR.



GENERÁLNÍ PARTNER



HLAVNÍ PARTNEŘI



KNOWINSTORE



PARTNEŘI



ODBO RNÍ PARTNEŘI



SPONZOŘI



HLAVNÍ MEDIÁLNÍ PARTNER



MEDIÁLNÍ PARTNEŘI



AKCE JE POŘÁDÁNA VE SPOLUPRÁCI
S AGENTUROU UP BRAND ACTIVATION



POP AI CENTRAL EUROPE

popai@popai.cz

www.popai.cz