

POP
AI
STUDENT
AWARD



POP AI STUDENT AWARD 2010



Příležitost pro nové talenty v oblasti in-store komunikace

Projekt studentské soutěže patří mezi významné projekty POPAI CE, které jsou realizovány v rámci programu spolupráce se studenty vysokých škol se specializací na podlinkovou marketingovou komunikaci. Do letošního čtvrtého ročníku soutěže POPAI STUDENT AWARD 2010 bylo zařazeno více jak 40 studentských prací. Soutěž se za dobu své existence zaznamenala výrazný nárůst počtu soutěžních prací a jejich kvality.

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

This year, the POPAI CENTRAL EUROPE association organizes the fourth POPAI STUDENT AWARD competition, in which students compete for the best design of POP material according to the given brief by specific advertisers. The competition is a part of a complex program of the association, which aims to promote the field of in-store communications, and that also means the future generation of professionals in this field.

POPAI STUDENT AWARD 2010

Partnery letošního soutěže POPAI STUDENT AWARD 2010 jsou společnosti Coca Cola HBC Česká republika spol. s r.o., Mars Czech s.r.o., POS Media ČR s.r.o. a Soare Sekt a.s..

Studenti soutěžili o nejlepší design POP materiálu dle zadaného briefu od třech konkrétních zadavatelů.

- Zadáním společnosti **Coca-Cola** bylo navrhnout vhodnou POP aplikaci, která má zajistit zajímavé vystavení a prezentaci chlazených produktů 3 Coke 0,25l Slim Can s cílem podpořit nábor nových spotřebitelů, a druhotně navýšit frekvenci nákupů a objemů produktů Coca-Cola, Coca-Cola zero a Coca-Cola light 0,25l Slim Can v segmentu Off Premise – tradiční trh.
- Brief společnosti **Mars Czech** se týkal kampaně na podporu prodeje, která staví na novém konceptu Snickers Nutcase. Design navrhovaného POP materiálu má komunikovat tento nový koncept netradičním způsobem, aby vzbudil pozornost, byl zapamatovatelný a který bude odlišující a specifický pro značku Snickers. Požadovaným typem POP prostředku byl trvalý podlahový stojan, určený k umístění ke stěně nebo v kombinaci 2 displejů zády k sobě.
- Požadavkem dalšího zadavatele – společnosti **Soare sekt** bylo vytvořit prodejní stojan v rámci celorepublikové kampaně v in-store na podporu prodeje nového produktu při jeho uvedení na trh. Cílem bylo upozornit v místě prodeje na nová vína ze Zaječí, která vynikají nejen svou kvalitou, ale i lehce čitelnou etiketou se zajíčkem. Značka Vinařství Zaječí představuje mladé moderní vinařství, které dodává na trh lehká a svěží vína z oblasti terroir Zaječí. Prodejní stojan měl emotivně navázat na logo společnosti a měl by výrazně zaujmout svou kreativitou a originálním pojetím v místě prodeje.

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

The progress of the competition confirmed the increasing interest of students, representatives of schools and advertisers in participating in the competition. This year, more than 40 competitive works were included in the competition.

Partners of STUDENT POPAI AWARD 2010 are Coca Cola HBC Česká Republika spol. s r.o., Mars Czech s.r.o., POS Media ČR s.r.o. a Soare Sekt a.s.

- The goal was, as specified by the **Coca-Cola** company, to design a POP application in order to display and present the cooled beverages 3 Coke 0,25l Slim Can. This POP material should boost the recruitment of new customers and to promote the frequency of purchases of Coca-Cola, Coca-Cola zero and Coca-Cola light 0,25l Slim Can within the Off Premise – traditional market
- The brief of the **Mars Czech** company concerns the sales promotion campaign focused on the new concept Snickers Nutcase. The design of this POP material shall communicate this new concept in an untraditional way in order to attract attention, and to be specific for the Snickers brand. The required POP tool is a permanent floor display to be installed to the wall or a combination of two displays.
- Company **Soare Sekt a.s.** set the goal at creating a sales rack within the national sales promotion campaign in order to place new products on the market. The POP material should draw the attention at the point of sales and present the new wines from Zaječí that are excellent as for their quality and are highlighted by the label with the bunny. The display should relate to the company's logo in emotive way and it should lure thanks to its creativity and to the original concept at the point of sales.

That jury consisted of representatives from the design field as well as advertisers, award organizers, POP producers and representatives from different Universities. Each project was thoroughly judged based on its creativity, art and aesthetics level, originality of the used materials, its physical retail placement practicality as well as its production cost effectiveness also considering batch production.



Coca-Cola HBC Česká republika

SOARE
Sekt

MARS

posmedia
CZECH REPUBLIC





Slavnostní vyhlášení výsledků soutěže POPAI STUDENT AWARD 2010

Slavnostní vyhlášení výsledků soutěže POPAI STUDENT AWARD 2010 se uskutečnilo 25. listopadu 2010 v rámci gala večera v Clarion Congress Hotel Prague v Praze 9.

Na základě hodnocení odborné poroty byly oceněny tři vítězné práce:

- V kategorii „POP materiálu dle briefu společnosti Coca-Cola HBC Česká republika“ zvítězila práce „Solar Slim Can“ Anny Pavkové z UTB ve Zlíně.
- Jako nejlepší v kategorii „Design POP materiálu dle briefu společnosti Mars Czech s.r.o.“ byl vyhodnocen návrh „Nutcase POP“, jehož autorem je Aleš Lukašik (UTB Zlín).
- Na prvním místě se v kategorii „Design POP materiálu dle briefu společnosti Soare sekt a.s.“ umístila pod názvem „POP display pro Vinařství Zaječí“ práce Kristíny Filové (UTB Zlín).

The ceremonial prize awarding annunciation of the POPAI STUDENT AWARD 2010

The competition results were announced at the gala evening of the POPAI CENTRAL EUROPE AWARDS competition, which was held on 25 November 2010 at Clarion Congress Hotel Prague, Prague 9.

Based on the professional jury decision, three winners were chosen.

- The winner of the POP design assignment of Coca-Cola HBC Czech Republic was awarded to “Solar Slim Can”, the author being Anna Pavková, Multimedia communications faculty, Tomas Bata University in Zlin .
- In the category of best design for the Mars Czech assignment, the project “Nutcase POP” won, the author Aleš Lukašik from the Multimedia communications faculty, Tomas Bata University in Zlin .
- The winner of the Soare Sekt assignment was awarded to the project „POP display for the Winery Zaječí“, designed by Kristína Filová from the Multimedia communications faculty, Tomas Bata University in Zlin.

Coca Cola

Solar Slim Can

autorka Anna Pavková
Fakulta multimediálních komunikací,
Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně



Mars

Nutcase POP

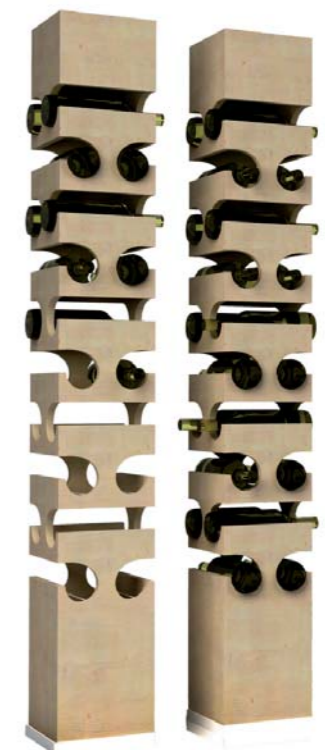
autor Aleš Lukašik
Fakulta multimediálních komunikací,
Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně



Soare

POP display pro Vinařství Zaječí

autorka Kristína Filová
Fakulta multimediálních komunikací,
Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně





POP Coca-Cola

Libor Vašíček (FMK, UTB ve Zlíně)



Dokonalé osvěžení – Coca-Cola

Jan Červenka (FMK, UTB ve Zlíně)



OSVĚŽENÍ



OSVĚŽENÍ

GENA

CENA

Papírové poutače Coca-Cola

Silvie Štefková (FMK, UTB ve Zlíně)

Všechny barvy chutě

Romana Hladká (FMK, UTB ve Zlíně)



Plechovkový Coca-Cola otvírák na chladicí zařízení

Michaela Treuerová (FMK, UTB ve Zlíně)



3D nápojový lístek Coca-Cola

Alice Endrychová (FMK, UTB ve Zlíně)



Polep na lednici "Osvěž se na ex s přáteli"

Barbora Zagorová (FMK, UTB ve Zlíně)

Reklamní poutač ice cube

Veronika Železníková (FMK, UTB ve Zlíně)





Svět myšlenek

Eliška Kolářová (FMK, UTB ve Zlíně)



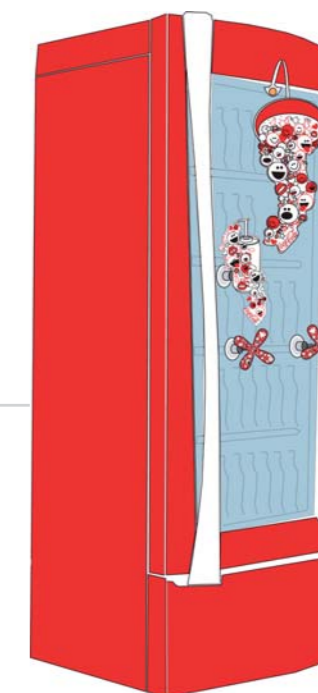
Samolepící folie s imitací námrazy

Sabina Psočková (FMK, UTB ve Zlíně)



Samolepící folie na dveře lednice – svěží přitažlivost

Dušan Nečas (FMK, UTB ve Zlíně)



Coca-Cola wobbler

Kristina Sváčková (Ostravská univerzita, Fakulta umění)



Návrh polepové plochy stojanů Coca-Cola

Vojtěch Pochop (Ostravská univerzita, Fakulta umění)

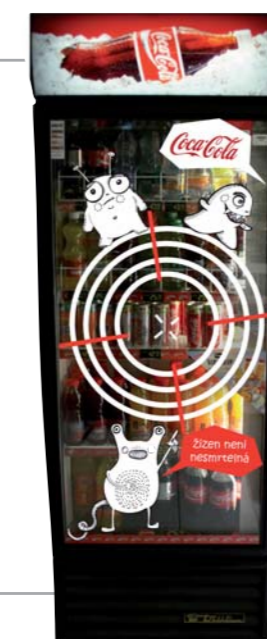


“ přitažlivá chuť
v přitažlivém balení ”

Coca-Cola SlimCan

POP Coca-Cola Slimcan

Ivana Dudková (Ostravská univerzita, Fakulta umění)



Coca-cola – polep na lednici

Alice Adamíková
(FMK, UTB ve Zlíně)



Podlahový stojan Snickers s fotbálkem

Michal Kupilík (FMK, UTB ve Zlíně)



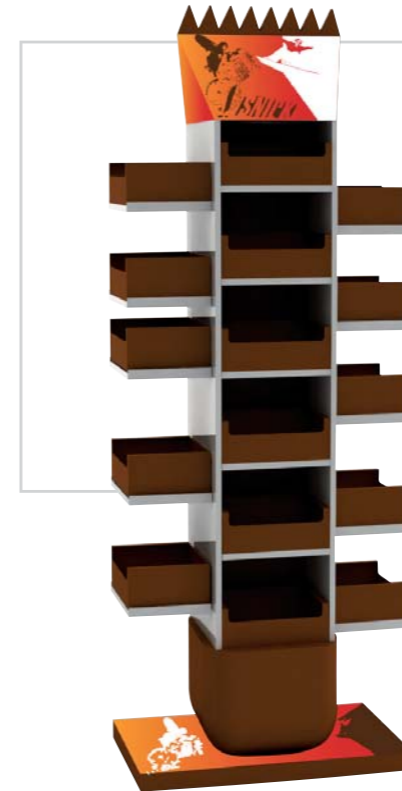
Prodejní stojan pro značku Snickers

Stanislav Jaroš (FMK, UTB ve Zlíně)



POP materiál – podlahový stojan Snickers

Dorota Kryštofová (FMK, UTB ve Zlíně)



Podlahový stojan Snickers ES

Patrik Schwach (FMK, UTB ve Zlíně)



Stojan Snickers – PVC

Denis Dementiev (FMK, UTB ve Zlíně)



Klícka

Juraj Kotian (FMK, UTB ve Zlíně)



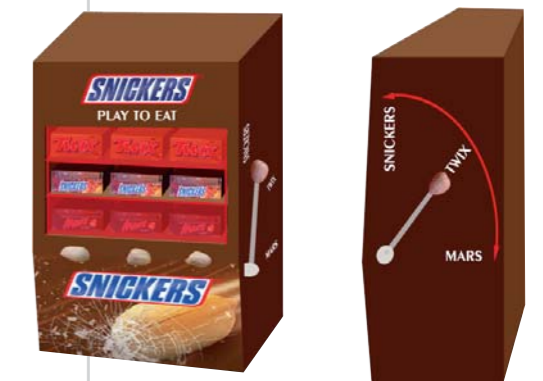
POP Coca-Cola

Michal Hladík (FMK, UTB ve Zlíně)



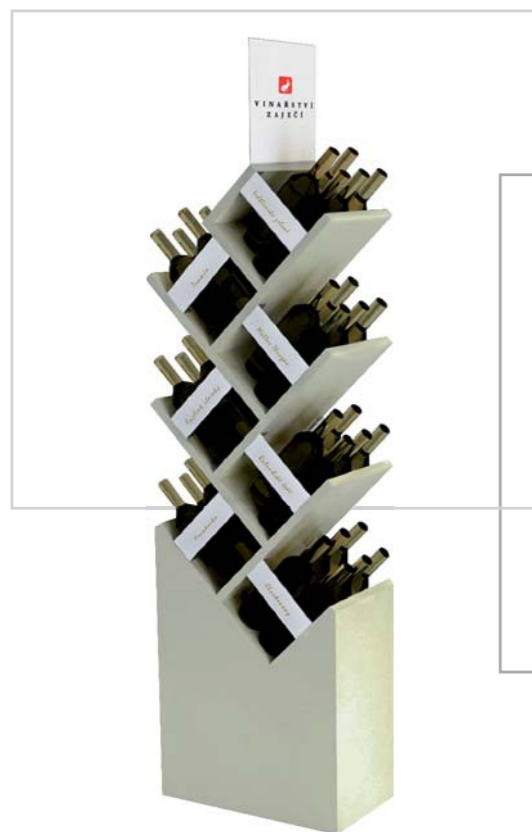
Nepřestávej, jdi do Snickers!

Jitka Porubová (Ostravská univerzita, Fakulta umění)



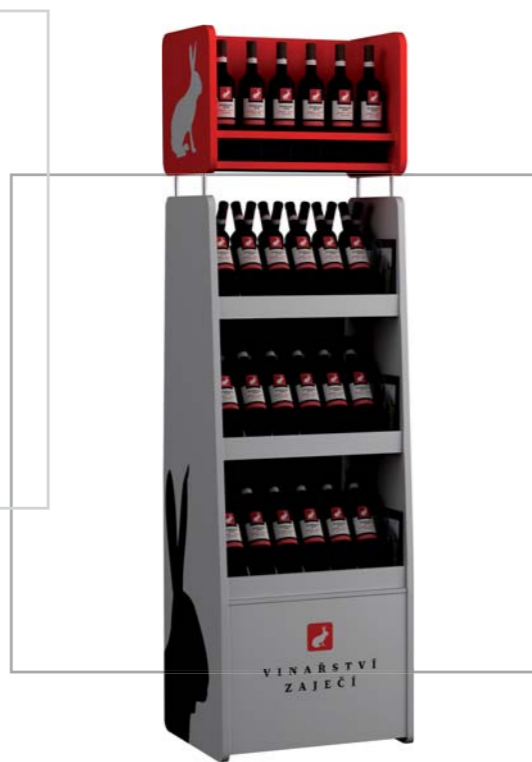
Snickers – Projekt stojaka podlogowego

David Dzida (Uniwersytet Śląski w Katowicach)



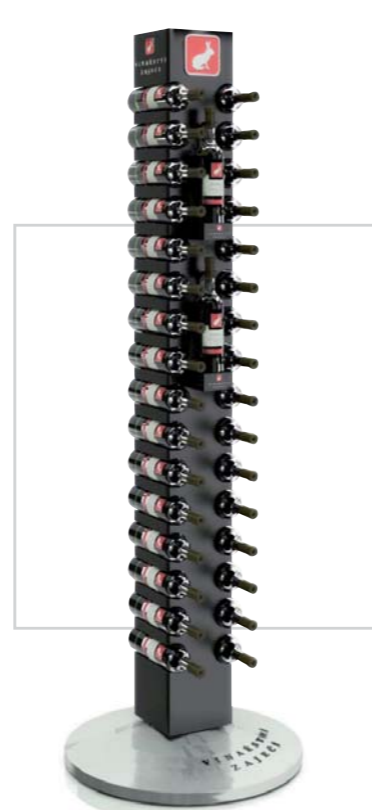
POP stojan pro Vinarství Zaječí

Lucia Plevová (FMK, UTB ve Zlíně)



Soare – Vinarství Zaječí – stojan na víno

Jakub Hájek (FMK, UTB ve Zlíně)



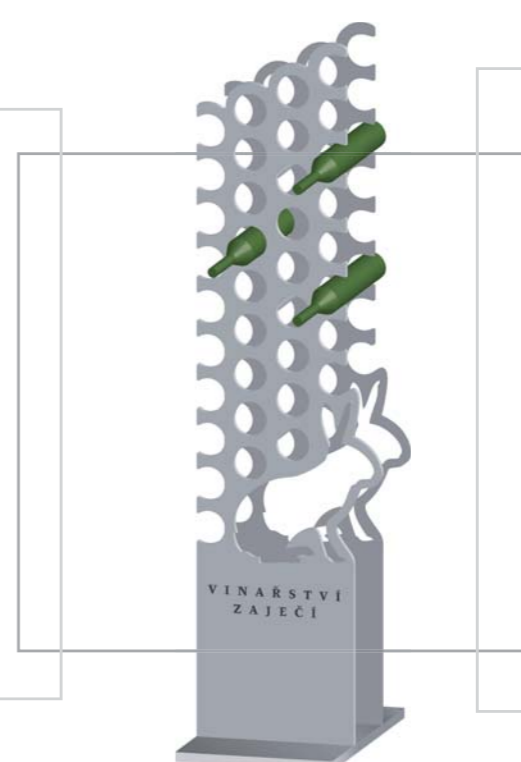
Stojan na vína Vinarství Zaječí

Milan Marek (FMK, UTB ve Zlíně)



Stojan na lahve pro Vinarství Zaječí

Květoslav Bartoš (FMK, UTB ve Zlíně)



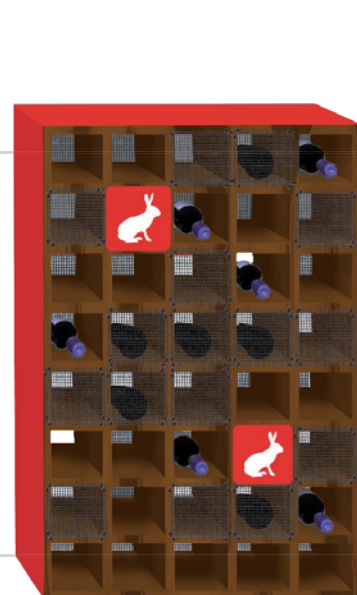
Prodejní stojan na vína pro společnost Vinarství Zaječí

Eva Valášková (FMK, UTB ve Zlíně)



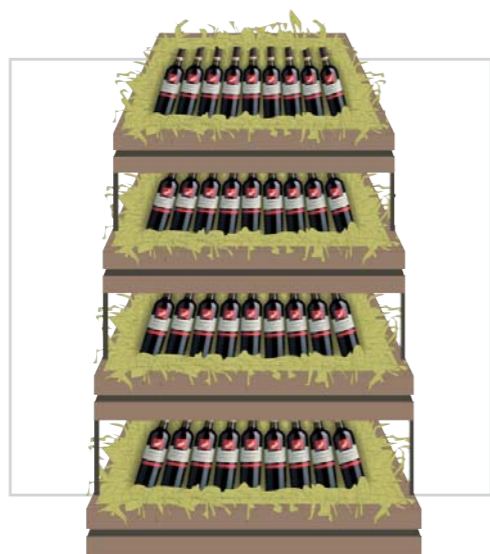
Stojan na vína Vinarství Zaječí – liány vinné révy

Adéla Kandrnálová (FMK, UTB ve Zlíně)



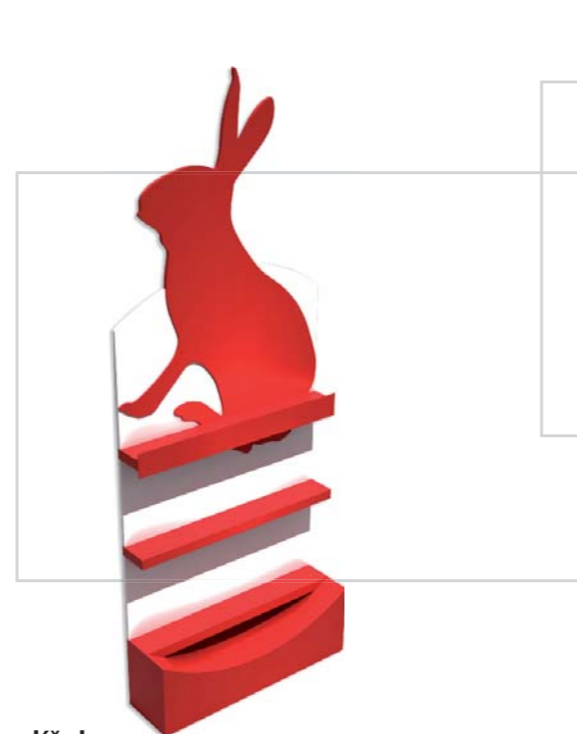
Králičák

Markéta Plechatá
(Ostravská univerzita, Fakulta umění)



Pelíšek pro zaječí

Anna Melecká (Ostravská univerzita, Fakulta umění)



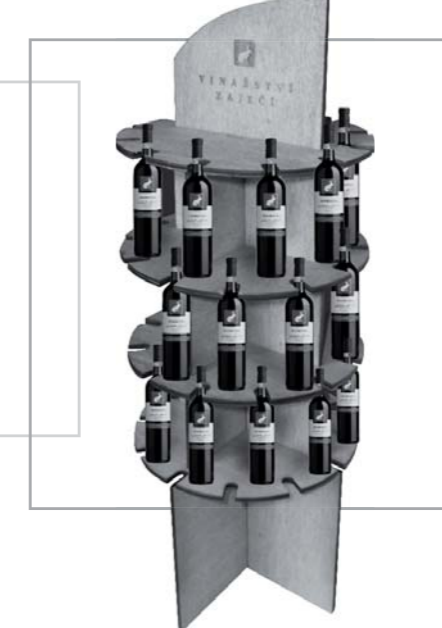
Zaječí pelíšek

Jakub Dluhosch (Ostravská univerzita, Fakulta umění)



Nápoj Bohů

Jakub Rathouský
(Ostravská univerzita, Fakulta umění)



Stojan na víno pro Vinarství Zaječí

Gabriela Baňarová (FMK, UTB ve Zlíně)



VineBox

Jan Kalábek (FMK, UTB ve Zlíně)



POPAI STUDENT AWARD COMPETITION

POPAI CENTRAL EUROPE pořádá soutěž POPAI STUDENT AWARD, která rozvíjí spolupráci se zástupci a studenty středních a vysokých odborných a uměleckých škol se specializací na marketingovou podlinkovou komunikaci v České republice a na Slovensku.

Co je záměrem soutěže:

- podpořit výchovu nových odborníků pro in-store marketingovou komunikaci z řad studentů,
- umožnit studentům, aby se seznámili s aktuální problematikou POP reklamy a aby se aktivně zapojili do dění v oboru,
- poskytnout studentům příležitost, aby prostřednictvím svých kreativních nápadů navázali komunikaci s významnými zadavateli reklamy a aby získali nové, širší možnosti pro uplatnění v oboru,
- umožnit navázání kontaktů a spolupráce s asociací POPAI, která v celosvětovém měřítku sdružuje významné výrobce prostředků POP komunikace, zástupce dodavatelů značkových výrobků a maloobchodu.

Mediální kampaň soutěže

V průběhu celé mediální kampaně soutěže je zajištěna prezentace soutěží a partnerů:

- v odborných časopisech,
- na tiskových konferencích a odborných akcích POPAI CE,
- v propagačních materiálech soutěže,
- formou direct mailu, elektronických newsletterů,
- distribucí informací o soutěži v celosvětové síti POPAI,
- v rámci samotné soutěže, kdy expozice prací je součástí významné mezinárodní soutěže POPAI CENTRAL EUROPE AWARDS včetně vyhlášení výsledků soutěže na gala večeru akce.

Soutěžní kategorie

Studenti soutěží o nejlepší design POP materiálu dle zadaných briefů od konkrétních zadavatelů.

Kritéria hodnocení

Při hodnocení prací se zejména posuzuje:

- kreativita, výtvarná a estetická úroveň,
- originalita z hlediska použitých materiálů a technologií,
- pochopení potřeb a požadavků z hlediska možnosti využití v různých prostředích maloobchodu (použitelnost),
- nákladově efektivní řešení a použití pro sériovou výrobu.

Porota soutěže

Organizátorem a odborným garantem soutěže je POPAI CENTRAL EUROPE. Práce jsou hodnoceny odbornou komisí, která je složena ze:

- zástupců z oblasti designu,
- zástupců zadavatelů reklamy – partnerů soutěže,
- zástupců vyhlášovatele soutěže,
- zástupců z technologie – výroby POP,
- zástupců VŠ.

Hodnocení

Součtem bodů všech porotců (hodnocení dle školní stupnice 1 nejlepší – 5 nejhorší)

Ocenění

Vítězové jednotlivých soutěžních kategorií jsou oceněni finanční odměnou ve výši 15.000 Kč (ocenění za kreativitu a ocenění za celkové zpracování návrhu). Tato částka podléhá srážkové dani.

Práce jsou vystaveny v rámci soutěžní expozice POPAI AWARDS a dalších akcí POPAI CE (veletrh Reklama & Polygraf).

Na základě doporučení odborné poroty si organizátor vyhrazuje právo neudělit některé ceny.

Podmínky pro přihlášení do soutěže

Podmínkou účasti v soutěži je vyplnění přihlášky do soutěže a předání návrhu v elektronické podobě na CD ROM k publikačním účelům.

Pro hodnocení a k dalším výstavním účelům je třeba dodat soutěžní práce ve formě modelu nebo výtisku navrhovaného řešení o rozměrech A2 (420 × 594 mm) na výšku na tuhé podložce (kapa ap.). Prezentační panel je určen pro hodnocení a k dalším výstavním účelům.

CD ROM bude obsahovat :

- vyobrazení návrhu v grafickém formátu pdf, jpg, eps nebo tiff v tiskové kvalitě (min. 300 DPI na A3),
- vysvětlující a pracovní nákresy: popis koncepce, grafické návrhy, návrh technického řešení, rozměrů a popisu materiálů,
- kontaktní údaje: jméno autora, název fakulty, školy.

POPAI STUDENT AWARD COMPETITION

The POPAI STUDENT AWARD contest is organized by POPAI CENTRAL EUROPE and is intended to expand the cooperation between high school and college students studying arts and other specialized faculties focusing on below the line marketing communication within the Czech and Slovak Republics.

The competition's aims are to:

- support the education of students so that they may become professionals within the in-store marketing field,
- allow students to discover the current situation concerning POP advertisement and motivate them to become active within this branch,
- increase opportunities for students with creative minds and allow them to acquaint themselves with significant advertisers and increase their knowledge within the branch,
- support interactive cooperation with the POPAI association which internationally coordinates significant POP communication producers, representatives of brand products and retail stores.

The competition's media campaign

Throughout the whole media campaign all the competitors and partners are represented in:

- professional trade magazines,
- press Conferences and special POPAI CE meetings,
- competition's promotional materials,
- direct emails, electronic newsletters,
- throughout the international information distribution within POPAI,
- during the contest itself when all displayed articles are part of the significant international POPAI AWARDS and it's gala dinner prize award celebration.

Competition categories

Students compete for the best POP design based on the assignment criteria given by each specific advertiser.

Criteria evaluation

The following are concerned when evaluating each project:

- creativity, the art and aesthetics level,
- originality concerning the used material and technology,
- whether the advertiser's needs and requirements were understood concerning its placement within different retail areas (it's practicability),
- effective cost production and its batch production costs.

Competition jury

POPAI CENTRAL EUROPE is the organizer as well as the professional competition guarantee. All projects are evaluated by a professional commission composed of the following:

- representatives from the design field,
- advertisers representatives – the competition's partners,
- competition organizer representatives,
- representatives from the technical POP production field,
- university school faculty representatives.

Evaluation

Totaling the points received from all the jury representatives (points given from 1 till 5, meaning 1 being the worst and 5 the best).

Award appraisalment

Each category winner is awarded with the total financial sum of 15.000 CZK.

All projects are displayed during the POPAI CENTRAL EUROPE AWARDS and other POPAI CE displays (the advertising trade fair Reklama & Polygraf).

Based upon the decision of the professional jury, the organizer holds the exclusive right not to award all prizes if necessary.

Contest enrollment conditions

The contest enrollment conditions are to fill in the contest application and submit the project proposal in electronic form on CD ROM for publication purposes.

In order to adequately evaluate and properly display each project, it is also necessary to submit a model of the project or print it in A2 high format (420 × 594 mm) on hard printing material (i.e. kapa). The presentation panel is intended for evaluation and display purposes.

The CD ROM must contain:

- project design in pdf, jpg, eps or tiff format in print quality (min. 300 DPI for A3),
- explanatory and work sketches: concept description, graphic ideas, technical proposals, dimensions and material descriptions,
- contact information: author's name, faculty and university.



Zároveň POPAI CENTRAL EUROPE vyhlašuje pátý ročník soutěže POPAI STUDENT AWARD 2011.

POPAI CENTRAL EUROPE hereby also announces the fourth annual POPAI STUDENT AWARD 2011.

POPAI STUDENT AWARD 2011

Tento ročník soutěže proběhne v období leden – listopad 2011.

This year 's contest will run from January to November 2011.

Soutěžní kategorie

nejlepší design POP materiálu dle zadání od konkrétních zadavatelů

Contest categories

The students compete in designing the best POP material based on the assignments from different advertisers.

Informace a kontakt

Daniela Krofiánová
POPAI CENTRAL EUROPE
Pod lesem 132
500 11 Hradec Králové
Tel. +420 775 989 853, Fax +420 495 264 698
E-mail: dkrofianova@popai.cz

Marcela Pazourková
Tel. +420 608 257 701, Fax +420 495 264 698
E-mail: mpazourkova@popai.cz

www.popai.cz

Please contact us for further information

Daniela Krofiánová
POPAI CENTRAL EUROPE
Pod lesem 132
500 11 Hradec Králové
Tel. +420 775 989 853, Fax +420 495 264 698
E-mail: dkrofianova@popai.cz

Marcela Pazourková
Tel. +420 608 257 701, Fax +420 495 264 698
E-mail: mpazourkova@popai.cz

www.popai.cz



POPAI – The Global Association for Marketing at – Retail

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

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

