



POP AI
STUDENT
AWARD

POP AI STUDENT AWARD COMPETITION 2011



POP AI STUDENT AWARD 2011 soutěž o nejlepší studentský design POP materiálu

Projekt studentské soutěže patří mezi významné projekty POPAI CE, které jsou realizovány v rámci programu spolupráce se studenty vysokých a středních škol se specializací na podlinkovou marketingovou komunikaci. Soutěž se za dobu své existence zaznamenala výrazný nárůst počtu soutěžních prací a jejich kvality.

Partnery již pátého ročníku soutěže POPAI STUDENT AWARD 2011 byly společnosti:

Budějovický Budvar n. p., Coca-Cola HBC Česká republika, s.r.o., EURO-PASTA SE a Soare sekt, a.s..

POP AI STUDENT AWARD an opportunity for new talents in the field of in-store communication

The POPAI CENTRAL EUROPE association organized in 2011 the fifth POPAI STUDENT AWARD competition, in which students competed 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. The progress of the competition confirmed the increasing interest of students, representatives of schools and advertisers in participating in the competition.

Coca-Cola HBC Česká republika



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

Zadáním společnosti Budějovický Budvar bylo navrhnout podlahový stojan pro nealkoholické pivo Budweiser Budvar ve formátu 0,5 l plech, který bude využit ve větších obchodních řetězcích (hypermarkety, supermarkety) a na čerpacích stanicích. Cílem projektu bylo mimo jiné podpořit impulsní nákupy nealkoholického piva Budweiser Budvar v plechu, posílit povědomí o tomto produktu a u cílové skupiny budovat dlouhodobý emoční vztah ke značce.

Požadavkem společnosti Coca-Cola bylo vytvořit vhodnou POP aplikaci pro produkty 3 Coke = Coca-Cola, Coca-Cola zero a Coca-Cola light. POP by mělo zajistit zajímavé vystavení / prezentaci uvedených produktů k jídlu s cílem navýšit prodej těchto nápojů k menu. Jedná se o zviditelnění produktů Coca Cola v segmentu ON PREMISE – Horeca, Fast Food.

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

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

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

Partners of STUDENT POPAI AWARD 2011 were Budějovický Budvar n.p., Coca-Cola HBC Česká republika s.r.o., EUROPASTA SE and Soare sekt, a.s..

The goal was, as specified by the Budějovický Budvar company, to design a floor display for the Budweiser Budvar non-alcoholic beer in 0.5 l cans which will be used in large retail chains (hypermarkets, supermarkets) and petrol stations. The project aimed among other things to promote impulse purchases of the Budweiser Budvar non-alcoholic beer in cans, to enhance the product awareness and to build a long-term emotional relationship of the target group to the brand.

Company Coca-Cola set the goal at creating a POP application in order to display and present the products 3 Coke - Coca-Cola, Coca-Cola zero and Coca-Cola light.

POP should provide an interesting presentation of these products at meals and increase sales of these drinks to the menu. The project emphasizes the visibility of Coca Cola within the segment ON PREMISE – Horeca, Fast Food.

The brief of the EUROPASTA company was focused on the new positioning of ADRIANA brand. The aim was to design an image display for this brand which primarily supports the new brand communication strategy with regard to the healthy lifestyle and, secondarily, it is used when introducing new products and product presentations within the cross-promotion.

According to the Soare sekt company the proposed sales display for the French sparkling wine is designed mainly for the florists and it can be used also within the networks of filling stations. The aim of this POP material is to highlight at the point of sales the possibility of buying French sparkling wine Soare Sekt Elegance and a bouquet of flowers in order to create an emotional connection of champagne and flowers. The sparkling wine Soare sekt Elegance is in conjunction with the flower a perfect gift for special moments full of emotions and expectations.

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.

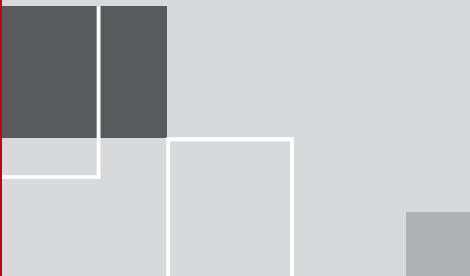


Foto: Petr Hasman pro časopis Strategie.



Slavnostní vyhlášení výsledků soutěže POPAI STUDENT AWARD 2011

Slavnostní vyhlášení výsledků soutěže POPAI STUDENT AWARD 2011 se uskutečnilo 22. listopadu 2011 v rámci gala večera v Hotelu Praha v Praze 6 - Dejvicích.

Na základě hodnocení odborné poroty byly oceněny čtyři vítězné práce:

- Na základě hodnocení odborné poroty zvítězila v kategorii „Design POP materiálu dle briefu společnosti Budějovický Budvar“ práce „Podlahový stojan a POP produkt pro nealkoholické pivo Budweiser Budvar“ od Milana Marka z UTB ve Zlíně.
- Jako nejlepší v kategorii „Design POP materiálu dle briefu společnosti Coca-Cola HBC Česká republika“ byl vyhodnocen návrh „Coca-Cola - Holky, co tě osvěží“, jehož autorem je Ondřej Kolísek z Ostravské univerzity.
- Vítězem v kategorii „Design POP materiálu dle briefu společnosti Europasta“ se stal Michal Hladík z UTB se svým návrhem „Adriana POP stojan“.
- Na prvním místě se v kategorii „Design POP materiálu dle briefu společnosti Soare sekt“ umístila pod názvem „Prodejní stojan na Soare sekt Elegance“ práce Petry Žďárské z UTB.

The ceremonial prize awarding annunciation of the POPAI STUDENT AWARD 2011

The competition results were announced at the gala evening of the POPAI AWARDS competition, which was held on 22 November 2011 at Hotel Praha, Prague 6 - Dejvice.

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

- In the category of best design for the Budějovický Budvar assignment, the project “Floor display and POP product for non-alcoholic beer Budweiser Budvar” won, the author Milan Marek from the Multimedia communications faculty, University of Tomáš Baťa in Zlín.
- The winner of the POP design assignment of Coca-Cola HBC Czech Republic was awarded to „Coca-Cola – Girls that refresh you” the author being Ondřej Kolísek from the University of Ostrava.
- The winner of the EUROPASTA assignment was awarded to the project „Adriana POP display“, designed by Michal Hladík from the Multimedia communications faculty, University of Tomáš Baťa in Zlín.
- In the category of best design for the Soare sekt assignment, the project “Sales display for Soare sekt Elegance” won, the author Petra Žďárská from the Multimedia communications faculty, University of Tomáš Baťa in Zlín.



**Podlahový stojan a POP produkt
pro nealkoholické pivo Budweiser Budvar**

autor Milan Marek
Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

**Design POP materiálu
dle briefu společnosti Soare sekt**

autor Petra Žďárská
Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně



**Coca-Cola
Holky, co tě osvěží**

autor Ondřej Kolísek
Ostravská univerzita



**Design POP materiálu
dle briefu společnosti Europasta**

autor Michal Hladík
Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně



Stojan na těstoviny a promo pult

Katarína Málíková (Ostravská univerzita, Fakulta umění)



Podlahový stojan Adriana

Michal Kupilík (Fakulta multimediálních komunikací, Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně)



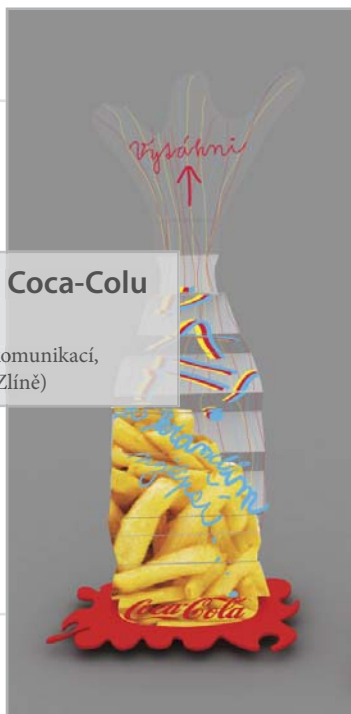
Imageový stojan Adriana

Irena Luňáčková (Fakulta multimediálních komunikací, Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně)



Závěsná folie pro značku Coca-Cola

Stanislav Jaroš (Fakulta multimediálních komunikací, Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně)



POP předmět pro Coca-Colu

Karolína Fardová
(Fakulta multimediálních komunikací,
Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně)



NOVÉ
NEALKO
PIVO V
PLECHU
S CHUTÍ JAKO
ČEPOVANÉ

Plech = točené

Daniel Janík (Ostravská univerzita, Fakulta umění)

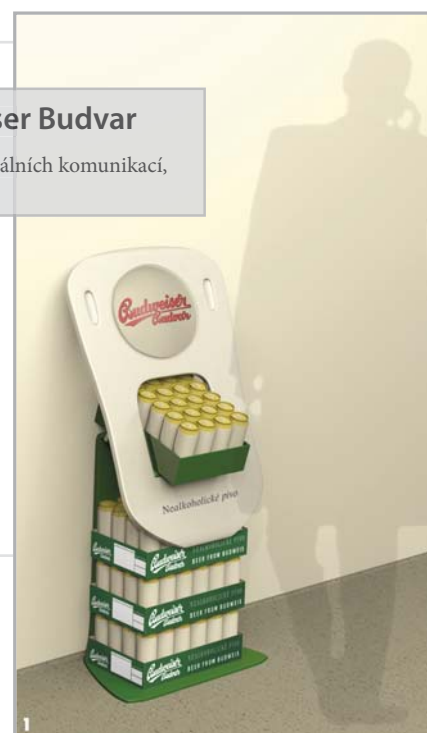


Podlahový stojan pro nealkoholické pivo Budweiser Budvar

Lucia Plevová (Fakulta multimediálních komunikací,
Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně)

Výstavní stojan Budweiser Budvar

Alice Endrychová (Fakulta multimediálních komunikací,
Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně)





POP stojan pro Soare sekt s plakáty

Veronika Kubesová (Ostravská univerzita, Fakulta umění)



POP stojan pro značku Soare sekt

Michal Marko (Fakulta multimediálních komunikací, Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně)



Organic Modern Display

Patrik Schwach (Fakulta multimediálních komunikací, Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně)



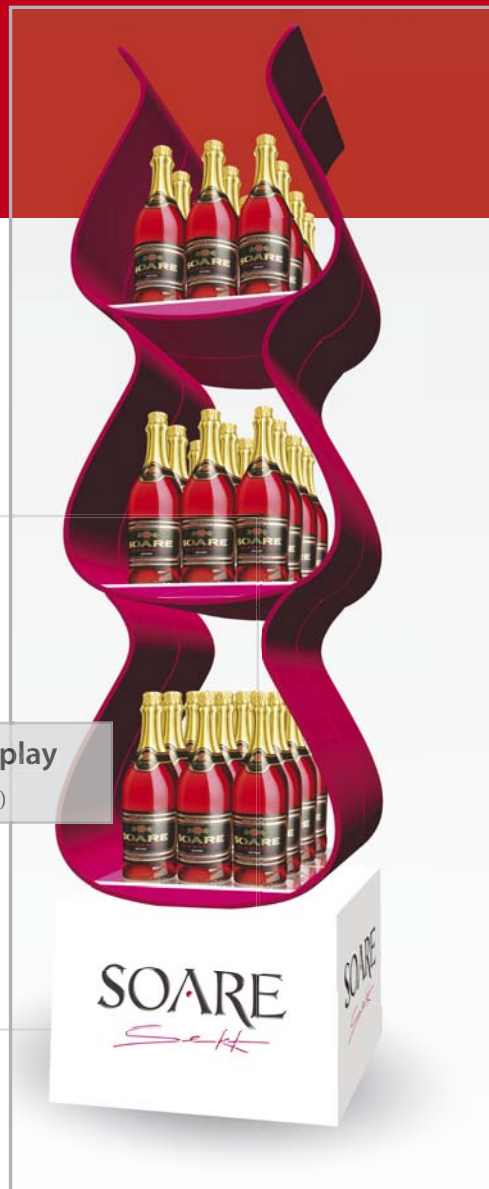
Stojan Soare - z březové překližky

Filip Močíčka (Fakulta multimediálních komunikací,
Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně)



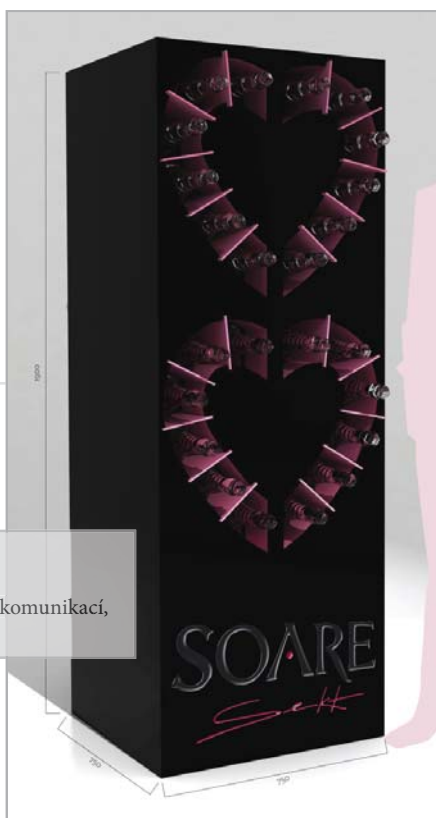
Soare Elegance display

Peter Altamirano (VÚT Brno)



POP AI Soare

Tereza Čížmárová (Fakulta multimediálních komunikací,
Univerzita Tomáše Bati 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 soutěžících 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 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. 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 x 594mm) na výšku na tuhé podložce (kapa ap.). Prezentací 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:

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 its 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

Totalling 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 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 x 594mm) 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.



POP AI CENTRAL EUROPE vyhlašuje šestý ročník soutěže POP AI STUDENT AWARD 2012.

POP AI CENTRAL EUROPE hereby also announces the sixth annual POP AI STUDENT AWARD 2012.

POP AI STUDENT AWARD 2012

Tento ročník soutěže proběhne v období leden – listopad 2012.

This year 's contest will run from January to November 2012.

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
POP AI 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
POP AI 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



POP AI – 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 POP AI is approaching 1.700 from 45 countries worldwide. Education, globalization, technology, advocacy and research are the driving strategies behind POP AI's direction.

