

KATALOG EXPONÁTŮ



SOUTEŽ O NEJLEPŠÍ PROSTŘEDKY A SYSTÉMY KOMUNIKACE V MÍSTĚ PRODEJE

POP

AI AWARDS 2021





**POPAI
AWARDS**

Agentura GATE, s.r.o.	69 • 83
Authentica s.r.o.	4 • 16 • 29 • 40 • 50 • 59 • 68 • 74 • 84
Dago s.r.o.	5 • 9 • 10 • 18 • 19 • 20 • 21 • 24 • 26 • 32 • 33 • 34 • 49 • 60 • 77 • 85
DEKOR, spol. s r.o.	45 • 67 • 85
Cheil GmbH Germany, pobočka Praha	39 • 76 • 86
Mondelez Czech Republic s.r.o.	1 • 2 • 3 • 65 • 66 • 80 • 87
MORIS design s.r.o.	25 • 35 • 36 • 38 • 41 • 43 • 48 • 55 • 56 • 70 • 87
Paketo.one /Paketo group s.r.o.	27 • 28 • 88
Plzeňský Prazdroj a.s. / Czech Promotion	44 • 84 • 89
Plzeňský Prazdroj a.s. / Fajný Design	17 • 86 • 89
Plzeňský Prazdroj Slovensko, a. s.	11 • 15 • 89
POS Media Czech Republic, s.r.o.	6 • 22 • 62 • 90
Proboston Creative s.r.o.	75 • 90
REXY s.r.o.	46 • 91
Ross s.r.o.	58 • 73 • 92
SÁRA, s. r. o.	52 • 92
SPEED PRESS Plus a.s. - reklamní a dárkové předměty	53 • 54 • 93
Sprint Trading s.r.o.	7 • 8 • 12 • 13 • 14 • 23 • 42 • 94
THIMM THE HIGHPACK GROUP	30 • 31 • 51 • 57 • 63 • 64 • 95
up brand activation, s. r. o.	78 • 96
WELLEN a.s.	37 • 61 • 71 • 72 • 79 • 96

KATEGORIE

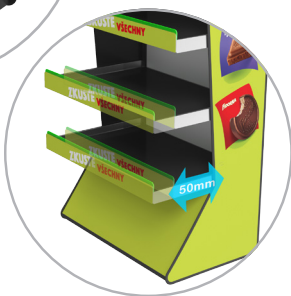
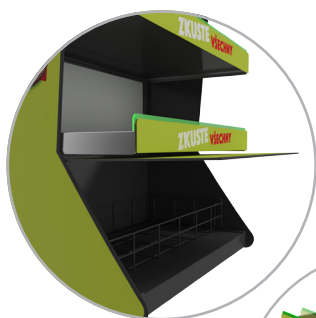
BTRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
POTRAVINY**POPAI
AWARDS**

SOLÁRNÍ WOBBLER

- Zadavatel:** Mondelez Czech Republic s.r.o.
Příhlašovatel: Mondelez Czech Republic s.r.o.
Autor: TMS Global
Materiály: plast PET G, měkká ocel,
 solar wobbler hlavička, kovový držák
Použití: Tradiční trh Česká republika a Slovensko

Charakteristika: Solární wobbler je inovativní instore nástroj, který je určen k umístění na regál. Wobbler upoutá pozornost nakupujícího díky pohybu horní ručičky, která je poháněna solární energií, včetně indoor světla. Pohyb wobbleru narušuje rutinu nakupujícího a snadno jej zaujme. Solární wobbler má měnitelný branding, je tedy určený k opakovanému používání u různých aktivit, NPD a dalších příležitostí. Jelikož není potřeba baterie a wobbler je možný využívat soustavně, je toto řešení šetrné k životnímu prostředí.

KATEGORIE

BTRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
POTRAVINY**POPAI
AWARDS****2**

PERMANENTNÍ STOJAN

Zadavatel: Mondelez Czech Republic s.r.o.

Přihlašovatel: Mondelez Czech Republic s.r.o.

Autor: Total Marketing Support,
Mondelez Czech Republic,
DZIEDZIK - POSM Solutions

Materiály: kov, fluo plexi, PET plast

Použití: Tradiční trh Česká republika a Slovensko

Charakteristika: Společnost Mondelez má široké portfolio značek a produktů různých tvarů a velikostí, proto potřebujeme pro jejich vystavení řešení, které bude univerzální a dovede se přizpůsobit jakémukoli produktu. V tomto univerzálním stojanu se dají všechny police vysunout směrem dopředu, čímž se zvětšuje plocha police, a zároveň je možné je naklánět, což zvyšuje viditelnost produktů uvnitř kartonů. Stojan má kompletně měnitelný design, můžeme jej tedy ošatit v souladu s kteroukoli značkou. Díky své univerzálnosti je toto řešení nejen ekonomické, ale také v souladu s naší prioritou, kterou je udržitelnost a ohleduplnost k životnímu prostředí. Pozornost nakupujícího upoutají fluorescenční elementy na policích a topkartě. Pro snadný pohyb na prodejní ploše je stojan opatřen kolečky.



KATEGORIE

BTRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
POTRAVINY**POP AI
AWARDS**

MILKA OREO ČELO S TV

- Zadavatel:** Mondelez Czech Republic s.r.o.
Příhlašovatel: Mondelez Czech Republic s.r.o.
Autor: Total Marketing Support
Materiály: kov, PMMA, PVC, LED světlo,
televize, polyesterová prskyřice
Použití: Globus Černý Most, Globus Olomouc

Charakteristika: Toto čelo spojuje dvě oblíbené značky Milku a Oreo. Obě značky udávají světové trendy, proto jsme zvolili řešení v podobě digitální obrazovky se vzdálenou správou. To nám umožňuje vysílat obsah vycházející z ATL, ale upravený tak, aby mu nakupující bezprostředně porozuměl. Televize je element, který naruší stereotypní jednání nakupujícího, upoutá jeho pozornost a tím zvýší pravděpodobnost nákupu. Čelo nese klíčové prvky obou brandů, které si nakupující okamžitě spojí s danými produkty.

KATEGORIE

BTRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
POTRAVINY**POPAI
AWARDS****4**

SHOP IN SHOP - BIATLON MÁJKA

Zadavatel: Orkla Foods Česko a Slovensko a.s.

Příhlašovatel: Authentica, s.r.o.

Autor: Authentica Design

Materiály: Karton – hladká a vlnitá lepenka, opálový akrylát, led diody

Použití: Interiérové, řetězce HM ALBERT

Charakteristika: Hamé je už několik let hlavním partnerem českého biatlonu – který je nejsledovanějším zimním lyžařským sportem. Pro komunikaci kampaně využívá známou tvář úspěšného biatlonisty – Michala Krčmáře. Dále je Hamé lídrem na trhu s trvanlivými paštikami s 70% podílem – téměř každá druhá nakoupená paštika na českém trhu je Hamé Májka.

To vše jsme spojili a vytvořili netradiční vystavení na vybraných prodejnách HM Albert, které je dáno čtvercovým rozměrem 2x2m. Na prodejní plochu jsme přenesli atmosféru nejsledovanějšího sportu a oblíbeného sportovce – vystavení v duchu „střelnice“, kterému dominuje velký terč doplněný o led světla. Claim celé kampaně je „Vezmi si zlatou“ a Hamé zde komunikuje nový design obalů. Vystavení kromě Májky nabízí zákazníkům i ostatní oblíbené paštiky a pomazánky značky Hamé.

Kartonové vystavení je podpořeno podlahovou samolepkou, světelným terčem a běžkami z kartonu, které jen podtrhují navození atmosféry biatlonu. Celá kampaň byla podpořena TV reklamou, onlinem a spoty před každým biatlonovým závodem. Výsledkem je příjemné překvapení na prodejní ploše, pocit fanouška mimo TV obrazovku, navození pocitu zimních sportů, perfektní kreativity a zároveň pohodlí při nakupování přímo z vystavení.

KATEGORIE

BTRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
POTRAVINY**POP AI
AWARDS****5**

SHOP IN SHOP STARBUCKS & NESCAFÉ DOLCE GUSTO

Zadavatel: NESTLÉ Česko s.r.o.

Příhlašovatel: Dago s.r.o.

Autor: Dago Team

Materiály: LTD, kov, plexi, jutový pytel

Použití: HM Globus

Charakteristika: Shop in shop „Domácí kavárna“, vytvořený pro společnost Nestlé, byl navržen tak, aby prezentoval kompletní sortiment jejich dokonalé kávy ve všech podobách, pro ten nejlepší požitek, který si doma zaslouží naprosto každý milovník kávy. Kontrast barev vystavení, oddělující jednotlivé brandy Starbucks a Nescafé Dolce Gusto, je natolik elegantně propracován, že už samotný nákup je naprostým zážitkem! Prémiovost tomuto vystavení rozhodně nelze odepřít.

Čistota provedení, kombinace prvotřídních materiálů a reálný jutový pytel, plný té nejvytříbenější zrnkové kávy, dodá vystavení už jen pomyslnou třešničku na dortu. Stačí si jen přivonět!



TARGA FLORIO

- Zadavatel:** Kofola a.s.
Příhlašovatel: POS Media Czech Republic, s.r.o.
Autor: POS Media Czech Republic, s.r.o.
Materiály: Voština, lepenka

Použití: Targa Florio je značka nové prémiové limonády od Kofoly. Je vyrobena ze šťavnatých sicilských citrusů a má v sobě energii a ducha věhlasných automobilových závodů, ve kterých zanechala nesmazatelnou stopu i Češka Eliška Junková. A právě odkaz odvážných závodníků se Kofola rozhodla využít v souvislosti s místem, odkud pochází ovocná složka tohoto lahodného nápoje. Shop in shop je nejexkluzivnější retailový formát a k prémiové limonádě přirozeně patří. Pak již zbývalo jen poutavě ztvárnit unikátní prostředí sicilských automobilových závodů a šťavnatého ovoce. Červená barva byla jasnou volbou, dále se pak ale pracovalo na každém detailu vystavení tak, aby dojem byl opravdu fantastický – stejně jako je fantastické sicilské ovoce, jak byly fantastické zmíněné závody a jako byl fantastický výsledek české automobilové závodnice.

Charakteristika: Na výrobu autíčka byl použit materiál voština, aby finální výsledek vypadal jako skutečný malý model a zároveň tento materiál byl použit, aby se vyhovělo váze vystavovaného produktu. Podlahová grafika ladí s celým konceptem a je zde navržena cílová čára, která je v souladu se závodním autíčkem. Stojany s produkty jsou vyrobeny z lepenky.



KATEGORIE

C

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
NEALKOHOLICKÉ NÁPOJEPOP AI
AWARDS

7

STOJAN RAJEC BYLINKY

Zadavatel: Kofola a.s.
Příhlašovatel: Sprint Trading s.r.o.
Autor: Tým Sprint Trading
Materiály: Karton
Použití: Moderní trh CZ, SK

Charakteristika: Stojan jsme vyvinuli za účelem prezentace BIO čistoty ochucené vody Rajec – bylinka. K výrobě ochucené vody jsou použity výhradně bylinky, o které s láskou pečují mistři bylinkáři Leros, pěstují a sbírají se v BIO certifikované lokalitě Rajecké doliny. Je to dokonalé přírodní spojení pramenité vody ochucené skutečnými bylinkami. Vytvořili jsme řešení, zvýrazňující sílu a čistotu přírody. Jednoduchost stojanu, eko-kartonové řešení, čisté linie, dostatečné plocha pro komunikaci, ... To vše podtrhuje přírodní charakter produktu a motivuje zákazníka ochutnat.





TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
NEALKOHOLICKÉ NÁPOJE



POPAI
AWARDS



PALETOVÉ VYSTAVENÍ XMAS TRUCK-VELKÉ

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

Příhlašovatel: Sprint Trading s.r.o.

Autor: Tým Sprint Trading

Materiály: Karton

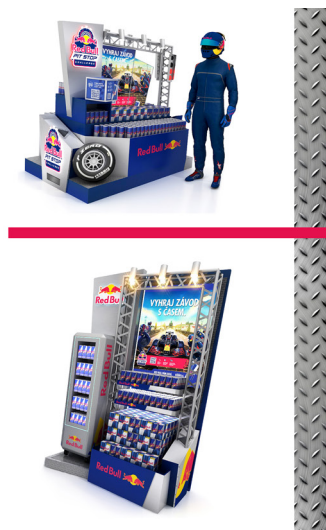
Použití: MT a TT trh CZ x SK

Charakteristika: Coca-Cola vánoční kamion je neodmyslitelnou součástí aktivace vánoc již více jak 20 let v Čechách a na Slovensku. Cílem tohoto vystavení je opět přivést toto spojení a atmosféru přímo na prodejní plochu a navodit tak kouzlo vánoc nakupujícím. Při zadání byl kladen maximální důraz pro realizaci vystavení v co nejménější kopii pravého Coca-Cola kamionu.



KATEGORIE

C

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
NEALKOHOLICKÉ NÁPOJEPOPAI
AWARDS

RED BULL SET

- Zadavatel:** RED BULL Česká republika, s.r.o.
Příhlašovatel: Dago s.r.o.
Autor: Dago Team
Materiály: ocel, plast, dibond, LED svícení, LCD, samolepky
Použití: HM Albert, Tesco, ČS Mol, Coop SK, Slovnaft SK

Charakteristika: Redbull se opět postaral o pořádné pozdvížení, když se u Pražského hradu rozburácel monopost Formule 1. Klip, který vznikl ve spolupráci s agenturou Czech Tourism představuje Českou republiku a Slovensko z pohledu pilota Formule 1 a nese podtitulek „od hradu k hradu.“ Prostřednictvím neodolatelného setu POS skládajícího se z endcapu a paletového vystavení se povedlo přenést tuto atmosféru i např. na prodejní plochy řetězce Albert a Globus a do sítě čerpacích stanic MOL. Pro jedno ze série vystavení projektu Red Bull, se při vývoji pracovalo i s exkluzivním modelem Formule 1 z kartonu. Je jedinečný tím, že se jedná o první kartonové vystavení formule vytvořené ne strojem, ale rukami velmi šikovných umělců, kteří desítky hodin trávili nad produkcí co nejvíce autentické formule 1. Nakonec však dostala přednost jiná verze kvůli větší kapacitě pro vystavené produkty. Vystavení je laděno do modré, charakteristické barvy tohoto brandu a přenáší nás přímo na Karlův most, kterým právě projíždí několikanásobný vítěz velké ceny David Coulthard. Za využití kovu, plastu a kartonu vznikla multifunkční atrakce, kterou žádný nakupující jen tak neobejde. Nechybí ani poutavé call-to-action a promyšlené detaily jako lednice pro chlazené nápoje, či semafor a pneumatiky k výměně. Vše je korunované nejen světelnými butony, ale také obrazovkou, kde je možné zhlédnout již zmíněný populární spot. Vystavení nedává jinou možnost, než se zastavit a nahlédnout pod kapotu kampaně. Propojením všech těchto kanálů pak vzniká zajímavý celek, který zaručeně přinese své ovoce.

9



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
NEALKOHOLICKÉ NÁPOJE



POPAI
AWARDS



PALETOVÉ VYSTAVENÍ NATURA

- Zadavatel:** Coca Cola HBC Česko a Slovensko, s.r.o.
Příhlašovatel: Dago s.r.o.
Autor: Dago Team
Materiály: karton, voština, PSH, vodní stěna, dřevo, strom
Použití: HM Albert

Charakteristika: Natura je značka kvalitní lokální pramenité vody, která putuje ve své nezměněné podobě ze země přímo až ke svým zákazníkům.

Úžasné je propojení vystavení a celé jeho přípravy s recyklací surovin, jelikož celý Shop-in-Shop je vyroben z plně recyklovatelných materiálů s tiskem na vodní bázi a zároveň prezentuje 100% rPET lahve, ve kterých je NATURA balená.

Proto je samozřejmostí a na to se dbalo od první chvíle přípravy, že se bude vystavení nést v duchu propojení s vyobrazením reálného prostředí Adršpachu.

Precizní vyhotovení každého detailu vystavení, v jehož srdci bublá a zurčí životodárná tekutina, kterou nám poskytuje sama příroda.

Zrak přitáhne nejen skutečná pramenitá voda, ale také opravdové, s láskou opečovávané borovice, které ulahodí také čichovým buňkám nakupujících. Základem vystavení je karton, pramen samotný chrání plexisklo. Čistota a úzké propojení s přírodou z tohoto díla přímo srší, přesně tak, jak je tomu u značky Natura samotné.

Zažijte svou žízeň po přírodě.



KATEGORIE

D

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
ALKOHOLICKÉ NÁPOJE, TABÁKPOPAI
AWARDS

11

ŠARIŠ FOLK - PALETOVÝ OSTROV

- Zadavateľ:** Plzeňský Prazdroj Slovensko, a. s.
Prihlasovateľ: Plzeňský Prazdroj Slovensko, a. s.
Autor: Plzeňský Prazdroj Slovensko, a. s. - DAGO
Materiály: kartón, plexisklo, plast
Použití: Hypermarkety

Charakteristika: Cieľom tohto projektu bolo odprezentovať značku Šariš a jej nové brand elementy s využitím tzv. brand storytelling a teda transformáciu príbehu značky do majestátneho vystavenia. Toto vystavenie bolo súčasne zamerané na prezentáciu Šariš plechoviek, ktoré každoročne v lete značka prezlečie do folklórneho dizajnu. Hlavnými pútačmi vystavenia boli totem v strede 4-paletového ostrova, ktorý vyobrazoval „príbeh“ nadväzujúci na novú TV kampaň a jeho cieľom bolo vyvolanie emócie, ktorá má vzbudiť v spotrebiteľovi pocit „iskra v srdci nás spája“ a rovnako 3D folklórna točiaca sa plechovka s iskrou z plexiskla obtočenej okolo plechovky. Pre čo najväčší zásah na spotrebiteľa sme volili elementy, ktoré zasiahnu čo najviac zmyslov, čo v tomto prípade bolo svetlo, pohyb a farby.

KATEGORIE

D

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
ALKOHOLICKÉ NÁPOJE, TABÁKPOPAI
AWARDS

12

STOJAN RADEGAST SE SKÁLOU SK

Zadavateľ: Plzeňský Prazdroj Slovensko a.s.

Prihlasovateľ: Sprint Trading s.r.o.

Autor: Tým Sprint Trading

Materiály: Karton

Použití: In-store kartónový stojan pre retailové prevádzky

Charakteristika: Stojan bol vyvinutý pre účel odprezentovania novinky Radegast na slovenskom off-trade trhu. Komunikácia na stojane preto upozorňuje na novinku a motivuje nakupujúcich, aby ju ochutnali. Ústredným motívom stojanu je boh Radegast – hlavný asset značky, ktorý drží v ruke pivo ako v plechovkovej, tak aj fľaškovej verzii. A že je táto novinka správne horká, napovedia chmele padajúce z jeho ruky. Značka Radegast je charakteristická drsným prostredím hôr a prírody. A presne tieto elementy drsnej prírody sme zakomponovali aj do nášho stojana, vďaka čomu si nakupujúci mohli svoje pivo vytiahnuť z kamennej jaskyne. Pri príprave stojanu sa však nezabudlo ani na praktickosť. Prístup do stojana je pre nakupujúcich zabezpečený z dvoch strán, vďaka čomu bola odstránená prípadná bariéra pri nákupe.



KATEGORIE

D

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
ALKOHOLICKÉ NÁPOJE, TABÁKPOPAI
AWARDS

13

STOJAN GAMBRINUS ŠIPKY

Zadavatel: Plzeňský Prazdroj a.s.

Příhlašovatel: Sprint Trading s.r.o.

Autor: Tým Sprint Trading

Materiály: Karton

Použití: Retail in-store

Charakteristika: Gambrinus se rozhodl popularizovat šipky v Česku a proto letos pořádá největší amatérský turnaj Gambrinus cup. Mediální kampaň a ON trade kampaň jsme se rozhodli doplnit i kampaní v retailu. Za tímto účelem jsme vyvinuli stojan, jehož úkolem nebylo pouze oslovit nakupujícího k nákupu Gambrinus Patron v lahvi, ale také podpořit spojení Gambrinus – šipky a vyzvat spotřebitele k účasti v šipkovém turnaji. Vyladili jsme stojan tak, aby připomínal reálný hrací automat (reálně napevno připevněné šipky, led blikající světýlka apod.) a vyvolal ve spotřebitelích chuť zahrát si šipky. Zároveň jsme na stojan natiskli všechna potřebná sdělení formou CTA a odkaz k registraci do soutěže v podobě QR kódu. V 266 zapojených hospodách se v průběhu podzimu odehrává 285 turnajů, kam se registrovalo 4231 hráčů z celé republiky.



KATEGORIE

D

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
ALKOHOLICKÉ NÁPOJE, TABÁK



POPAI
AWARDS

14



MINI SHOP-IN-SHOP VIPER

Zadavatel: Plzeňský Prazdroj a.s.

Přihlašovatel: Sprint Trading s.r.o.

Autor: Tým Sprint Trading

Materiály: Karton

Použití: Retail in-store

Charakteristika: Plzeňský Prazdroj přišel v roce 2021 na český trh s velkou novinkou až z Ameriky – svěží alkosodou Viper Hard Saltzer. Objevte moře čiré chuti a nechte se zlákat novým drinkem na obzoru! To je hlavní myšlenkou marketingové komunikace, z níž vychází i dominantní prvek lodě, který byl použitý na tomto shop-in-shopu s 3D efektem vln. Reálné lano, kovové prvky a 3D provedení plachty dotvářejí výsledný efekt POS materiálu tak, aby v in-storu co nejvíce zaujal.

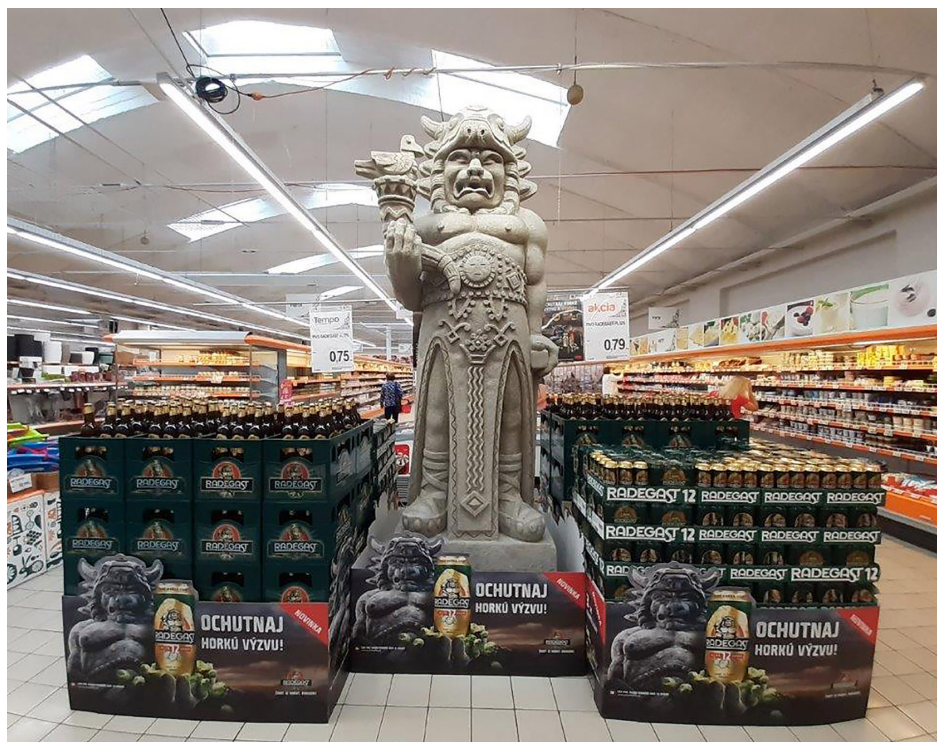
KATEGORIE

D

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
ALKOHOLICKÉ NÁPOJE, TABÁK



POP AI
AWARDS



RADEGAST SOCHA

Zadavatel: Plzeňský Prazdroj Slovensko, a. s.

Příhlašovatel: Plzeňský Prazdroj Slovensko, a. s.

Autor: Plzeňský Prazdroj Slovensko, a. s. - Ateliér Kovářik a Mergental s.r.o.

Materiály: laminát

Použití: Hypermarkety a supermarkety

Charakteristika: Súčastou launchu novinky Radegast na slovenskom trhu sme využili možnosť ukázať hlavný brand asset značky - Radegast boha - v nadrozmerných veľkostiach. Súčastou vystavenia boli owrapované palety a tabuľka s legendou o samotnej soche, bohovi a značke. Zároveň sme toto vystavenie komunikovali cez sociálne siete, aby sme aj touto formou zaujali spotrebiteľov, aby sa prišli na danú predajňu pozrieť, odfoťiť sa a hlavne OCHUTNAŤ HORKÚ VÝZVU.

15

KATEGORIE

D

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
ALKOHOLICKÉ NÁPOJE, TABÁKPOPAI
AWARDS

CELOPALETOVÝ STOJAN FERNET BARREL

Zadavatel: STOCK Plzeň-Božkov s.r.o.

Přihlašovatel: Authentica, s.r.o.

Autor: Authentica Design

Materiály: kartonové vystavení (EB + BC + E vlna)

Použití: vystavení na prodejny Albert a Globus

Charakteristika: Celopaletové vystavení na prodejny Albert a Globus na podporu prodeje unikátní novinky Fernet Stock Barrel Edition, kapacita cca 60 lahví.

Ve Fernetu Stock Barrel Edition se odráží více jak 90letá zkušenost s přípravou bylinného likéru postaveného na mistrovském umu, ruční přípravě bylin z celého světa a čistě přírodním složení.

Bylinný základ je zušlechťený o 4 karibské rumů z Nikaraguy, Dominikánské republiky, Barbadosu a Jamajky, které do bylinné chuti přinášejí tóny vanilky, sušeného ovoce a oříšků.

16

KATEGORIE

D

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
ALKOHOLICKÉ NÁPOJE, TABÁKPOPAI
AWARDS

ČELO RADEGAST

- Zadavatel:** Plzeňský Prazdroj a.s.
Příhlašovatel: Plzeňský Prazdroj a.s.
Autor: FAJNÝ DIZAJN s.r.o.
Materiály: kámen, kov, světlo
Použití: Terno Tábor

Charakteristika: Vývojem nového regálového čela pro značku Radegast jsme chtěli docílit unikátního prodejního prostoru, který bude respektovat značku a její principy, zahrne moderní materiály a zanechá na prodejní ploše nepřehlédnutelný prvek. Propojili jsme tedy tři základní materiály, které ke značce patří. Jde o kámen, kov a v neposlední řadě světlo. Samotná záda a plášť lednice jsou zhotoveny ze speciálního ultra tenkého sendviče. Ten umožňuje rozptýlit světlo, jeho povrch je potíštěný hrubou skálou. Jemně pulzující světlo v prasklinách skály dodává regálu živost a dynamiku. Ikona boha Radegasta a boční nápis jsou zhotoveny z třicetimetového vrstveného nerezového broušeného plechu, stejně jako lemy kolem lednice, logo na levé straně a madlo. Největší vychytávkou jsou samotné police. Ty jsou vymodelované ručně z pryskyřičného kompozitu. Díky tomu vypadají jako skutečný přírodní kámen. Do polic jsme také nainstalovali světelné podložky, na nichž všechny produkty skvěle vyniknou. Dalším významným detailem jsou 3D kameny na samotném plášti regálu. Ty celému vzhledu dodávají další rozměr a působí hodně přirozeně.

17

KATEGORIE

D

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
ALKOHOLICKÉ NÁPOJE, TABÁKPOP AI
AWARDS

LOĎ HEFFRON

- Zadavatel:** Palírna u Zeleného Stromu
Přihlašovatel: Dago s.r.o.
Autor: Dago Team
Materiály: koplast, plast, dřevo, LED svícení
Použití: Makro CZ

Charakteristika: Pozor, pozor! Do obchodního řetězce Makro připlouvá loď plná požitků! Legionářská loď Heffron přiváží poklad založený na vysoce kvalitním pětiletém rumu z Panamy, který se zrodil v Palírně u Zeleného stromu. Toto paletové vystavení z koplastu se chlubí provedením v typicky námořnické trikoloře, která zároveň odkazuje na národní barvy a vzdává hold odvaze, statečnosti a odhodlání v boji za svobodu. Loď je stylově doplněná kotvou na přídi a celou atmosféru nepochybně ještě podtrhuje blikající maják, který v rámci této kampaně odráží určitou symboliku. Ještě větší lesk jí dodává pečlivě promyšlené podsvícení pomocí LED pásků, které jsou citlivě zakomponované do celé expozice tak, aby obrátily pozornost zákazníka na důkladně vyskládané produkty, ale zároveň nepřehlušily základní myšlenku kampaně. Velkou výhodou tohoto vystavení je také jeho skladnost a jednoduchá manipulace. Tolik parády na jediné paletce jen tak nevidíte.

18

KATEGORIE

D

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
ALKOHOLICKÉ NÁPOJE, TABÁKPOPAI
AWARDS

SHOP-IN-SHOP BOŽKOV REPUBLICA

Zadavatel: STOCK Plzeň- Božkov s.r.o.

Příhlašovatel: Dago s.r.o.

Autor: Dago Team

Materiály: karton, plast, reálné prvky

Použití: HM Albert

Charakteristika: Značka Božkov uvádí na trh v rámci oslav Dne vzniku samostatnosti československého státu medovou novinku – rumový likér Božkov Republica Honey, který skvěle snoubí nasládlou chuť kvalitních třtinových rumů a lahodného včelího medu s jemným dozvukem mléčných karamelů. Na pohled vás zaujme svou zlatavě hnědou barvou a již při prvním doušku se vám v ústech příjemně rozlije jemnost a sladká chuť medu. Do barev a tvarů tohoto zázraku přírody je laděno i vystavení pro síť prodejen Albert kombinující karton a koplast. To si doslova pohrává se šestiúhelníky znázorňujícími medové plástve a s lehkostí je promítá do poliček a hexakošů. Decentní také zdobí podlahu pod nohama příchozích, kteří podlehli vábení barového posezení a dostali chuť na něco extra. Na stylovém černém barovém pultu už totiž čeká lahvička zlatavého moku, vhodná doplněná dózou na med. Prosím, posadíte se a užijte si chvíle pohody s tímto kouzelným nápojem, který si nejlépe vychutnáte samotný při pokojové teplotě.

19



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
ALKOHOLICKÉ NÁPOJE, TABÁK



POPAI
AWARDS



DVOUPALETÍ TULLAMORE D.E.W. GRILL

- Zadavatel:** Mast-Jaegermeister CZ s.r.o.
Příhlašovatel: Dago s.r.o.
Autor: Dago Team
Materiály: plast, ocel, karton, reálné prvky
Použití: hypermarkety Globus, Kaufland

Charakteristika: To tady ještě nebylo! Dvoupaletí Tullamore D.E.W. mistrně spojuje léto, grilování a legendární třikrát destilovanou irskou whiskey. Vybočte z řady a zažijte nepoznané s tímto lahodným zlatavým mokem, který je úžasný nejen k samotnému jídlu a ke správnému rozvolnění nálady, ale taky k přípravě těch nejlepších marinád. A právě s přípravou marinád je propojena také soutěž komunikována po stranách tohoto vystavení z koplatsu, které přímo vyzývá k hodování. Oči spotřebitelů budou hlítat věrné imitace flákot na grilu, přičemž grilovací kleště a další náčiní lákají k ochutnání. Skvělým tahem je miska vah, na které se houpe lahvinka Tullamore D.E.W. a upozorňuje na fakt, že právě tento produkt bude opravdu tou správnou volbou. Tento nejen letní zázrak byl k nalezení v prodejnách Globus a Kaufland. Grilování s létem určitě nekončí, protože tento lahodný mok nejen chutná, ale taky zahřeje.

20

KATEGORIE

D

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
ALKOHOLICKÉ NÁPOJE, TABÁKPOPAI
AWARDS

PALETOVÉ VYSTAVENÍ PRO EKLUZIVNÍ RUMY

21

Zadavatel: STOCK Plzeň- Božkov s.r.o.

Příhlašovatel: Dago s.r.o.

Autor: Dago Team

Materiály: karton, plexi, plastové trubky, hlavy rumových sudů, reálné lucerny

Použití: prodejny Kaufland

Charakteristika: Vítejte v rumovém světě. Kartonové vystavení, vytvořené pro společnost Stock Plzeň – Božkov, Vás jako lusknutím prstů přenese do aromatického království prémiových rumů a představí Vám hned sedm exkluzivních značek z celého světa: Legendario, Pampero, Zacapa, Abuelo, Bandita Black a El Comandante. Vystavení se nese v zelené a hnědé barvě a sálá z něj hřejivost, která je nabízeným produktům vlastní. Tento dojem je navíc umocněn přítomností dvou skutečných luceren, které Vám budou svítit na dobrodružnou cestu kolem rumového světa. Největším lákadlem pro všechny nakupující se ale stávají hlavy rumových sudů, které nejenže evokují vůni a chuť tohoto lahodného nápoje, ale jsou také hlavními nositeli call-to-action. Ten nejdominantnější z nich je navíc podtržen umístěním přímo na pozlacených trubkách a nedá Vám tak šanci projít kolem bez povšimnutí. Tak už víte, který z nich se stane Vaším favoritem, nebo je budete chtít ochutnat rovnou všechny?

KATEGORIE

F

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
DROGERIE, KOSMETIKAPOPAI
AWARDS

FA

- Zadavatel:** Henkel ČR spol. s.r.o.
Příhlašovatel: POS Media Czech Republic, s.r.o.
Autor: POS Media Czech Republic, s.r.o.
Materiály: Lepenka a forex
Použití:

Značka Fa ve své kampani upozorňuje na dlouhotrvající svěžest, která k jejím produktům neodmyslitelně patří, ale také na šetrný přístup k výrobě. Příroda se tak dostává do popředí i u takto tradičního výrobce a v tomto duchu je pojata i realizace shop in shopu. Odkazuje na objevování přírody a současně na přírodní ingredience a recyklované láhve – skrze Fa produkt tak lze objevit i kousek přírody. Samotná vizualizace podporuje i jednotlivé vůně a působí, v rámci prodejní plochy, nezvyklým, ale osvěžujícím dojmem. Tato kombinace pak spolehlivě přitahuje pozornost zákazníků. A samozřejmě navazuje na ATL kampaň.

- Charakteristika:** Stojan je navržen tak, aby co nejvíce připomínal skálu. Bočnice je složena z několika polygonů, aby efekt skály byl dosažen v co nejlépším měřítku. Následně je pak šikovně implementovaná grafika, aby bylo vše v souladu. Celý stojan je vyroben z lepenky a některé přední dekorativní části jsou z bílého forexu.

22

KATEGORIE

F

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
DROGERIE, KOSMETIKAPOPAI
AWARDS

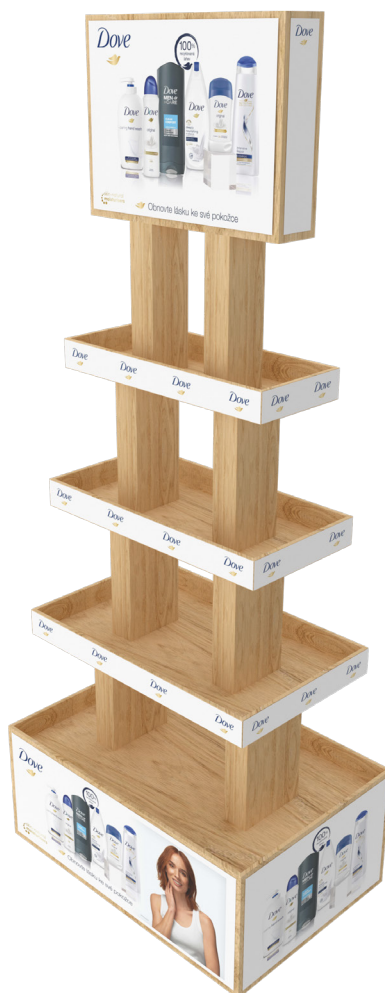
23

DŘEVĚNÝ STOJAN UNILEVER

Zadavatel: Globus ČR
Příhlašovatel: Sprint Trading s.r.o.
Autor: Tým Sprint Trading
Materiály: Dřevo

Použití: In-store permanentní dřevěná konstrukce pro podporu trade vizibility

Charakteristika: Toto permanentní vystavení jsme volili z několika důvodů. Chtěli jsme zákazníkovi nabídnout řešení in-store vizibility, které má delší životnost než klasický 2 týdenní promo stojan. Kvalita materiálu nám dovolí umístit toto vystavení po celý rok. Zároveň jdeme vstříc naší vizi a využíváme ekologičtější řešení a cesty – díky paletě nemusíme neustále měnit a likvidovat stojany. V neposlední řadě, je konstrukce pro spotřebitele atraktivní, působí na rozdíl od kartonu luxusně, odlišuje nás od konkurenčních vystavení a navíc je pro zákazníka nepřehlédnutelná. Brandingy během roku operativně měníme dle kampaní (Dove, Radox, Signal, Rexona, Tresemmé, Vánoce).



KATEGORIE

F

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
DROGERIE, KOSMETIKAPOP AI
AWARDS

DĚTSKÝ KOUTEK PAMPERS

- Zadavatel:** Procter & Gamble - Rakona, s.r.o.
Přihlašovatel: Dago s.r.o.
Autor: Dago Team
Materiály: masiv, překližka, plast, bavlna, polyester
Použití: drogerie Rossmann

Charakteristika: Tento dětský koutek v prodejně Rossmann na pražském Andělu uspokojí i ty nejnáročnější raubíře a princezny. Mohou se zde do sytosti vyřádit na skluzavce vedoucí do kuličkového bazénku, schovat se do útulného domečku či zkusit svoji zručnost u tzv. activity boardu. Samozřejmě zde naleznete také prostor pro malé čtenáře či malíře. A i když se zde určitě budou dít věci přímo nevidané, o bezpečnost ratolestí je zde postaráno protiskluzovým puzzle povrchem, který je zároveň nenuceně učí poznávat různé tvary a obrázky. To vše ve stylových, tlumených barvách v kombinaci se dřevem, prozářené denním světlem a doplněno roztomilými dekoracemi v podobě obláčků. Na tom, aby se zde děti opravdu cítily pohodlně jako na duhovém obláčku, jsme si ve spolupráci se značkou Pampers a sítí prodejen Rossmann dali opravdu záležet. Přesně to je i filosofie všech jejich výrobků pro naše nejmenší, protože děti jsou naše budoucnost.

24



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
PÉČE O ZDRAVÍ



POP AI
AWARDS



SAUNOVÝ SVĚT SAUNIA

- Zadavatel:** Saunia, s.r.o.
Příhlašovatel: MORIS design s.r.o.
Autor: Arch. Mojmír Ranný
Materiály: Dřevo, 3D dřevo, kov nerez, kámen, ratan, podsvětlené plexi s info grafikou a brandem, zelená stěna z rostlin – vertikální zahrada a další.
Použití: Saunia v OC CENTRAL Kladno

Charakteristika: Úspěšný stavební projekt, který jsme dokončili pro největší síť saunových světů SAUNIA v ČR, je otevřen v OC CENTRAL Kladno. Elegantní dřevěný nápis SAUNIA, který Vás vítá, hned v úvodu ujišťuje, že vstupujete do výjimečně zdravého prostoru, kde se Vaše tělo opravdu zrelaxuje. Naleznete zde 5 typů saun, bar a příjemnou atmosféru a prostředí, které zaručeně osvěží Vaše tělo a mysl. Vše ve výjimečném materiálovém provedení a zpracování od dřevěného obložení stěn až po informační grafiku. Na tak rozsáhlé přípravě a realizaci se podílel celý náš tým od MORIS design až po naši stavební divizi MORIS construction. Saunový svět jsme tak mohli vybudovat od kompletní stavební úpravy až po výrobu interiéru. I zde se ukázalo, že opravdu na každém detailu záleží, neboť jsme si se zástupci Saunia s veškerými prvky detailně vyhráli nejen výrobně a technologicky, ale jako vždy i stavebně. Díky tomu se celý saunový svět stává opravdu výjimečným prostorem pro Relax.

25

KATEGORIE

G

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
PÉČE O ZDRAVÍPOPAI
AWARDS

DISPLAY UNIT ORAL-B

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

Příhlašovatel: Dago s.r.o.

Autor: Dago Team

Materiály: MDF, kov, plast, LED svícení

Použití: veletrhy

Charakteristika: Tato prémiová unita Oral-B iO je určena pro představení toho nejlepšího v péči o chrup. Návštěvníci veletrhů ji mohli spatřit nejen v ČR, ale také na Slovensku, v Chorvatsku a ve Slovinsku. Jejím hlavním úkolem je prezentovat aktuální novinky řady iO na trhu, kterým dává vyniknout ve svých černých kulisách. Prezentované produkty jsou odrazem technické dokonalosti a tak čistota a dokonalost sálá i z provedení samotného vystavení, kde je ještě umocněna kontrastem černé barvy a bílého loga. Lakovaná MDF dodává prezentaci ještě větší eleganci a samozřejmostí je i podsvícení edukace a zrcadlový rámeček. Chybět nesmí podium pro revoluční novinky s magnetickou iO technologií obklopené a zvýrazněné fialovou světelnou auroou, která pozvedává provedení na zcela jinou úroveň. Unita je zároveň velice variabilní a praktická, dá se dle potřeby použít jak samotná, tak v kombinaci s kovovou nohou ve stejném stylu. Oral-B se touto cestou jednoduše vydává ještě dál.

26



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
**DOMÁCÍ POTŘEBY,
BYTOVÉ DOPLŇKY, HOBBY**



**POPAI
AWARDS**



INTERAKTIVNÍ STOJAN REMOSKA TRIA - VERZE MINI

27

- Zadavatel:** REMOSKA s.r.o.
Příhlašovatel: Paketo.one/Paketo group s.r.o.
Autor: Tým paketo.one
Materiály: Vlnitá lepenka s digitálním tiskem a laminací
Použití: Dlouhodobé vystavení v maloobchodních řetězcích

Charakteristika: S Remoskou Tria pečete, dusíte a vaříte i pod tlakem v jediném hrnci. Rozumí si se všemi druhy sporáků, takže vás nevypeče bez ohledu na momentální vybavení kuchyně. Jde o nový a jedinečný koncept, kdy jeden set Remosky Tria obsahuje tři pokličky, což nabízí v kuchyni stovky možností, a tímto toto řešení zastane kompletně vše, co můžete v kuchyni potřebovat. Abychom vyzdvihli jedinečnost tohoto řešení, bylo nutné vyvinout stojan, který bude dostatečně informovat o výhodách Remosky Tria. Zákazník si bude moct sám aktivně vyzkoušet jednotlivé varianty této sestavy, a díky vloženým letáčkům se dozví, proč zrovna toto řešení doma potřebuje, v čem je unikátní a jednoduché. Stojan je vyroben z vlnité lepenky a pro zvýšení jeho užité hodnoty je opatřen pevnou laminací, která mu propůjčuje luxusnější vzhled a několikanásobně delší životnost za stále přijatelnou cenu. Proto může být plošně nasazen ve velkém počtu prodejních míst.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
**DOMÁCÍ POTŘEBY,
BYTOVÉ DOPLŇKY, HOBBY**



**POPAI
AWARDS**



28

INTERAKTIVNÍ STOJAN REMOSKA TRIA - VERZE MAXI S TABLETEM

- Zadavatel:** REMOSKA s.r.o.
- Příhlašovatel:** Paketo.one/Paketo group s.r.o.
- Autor:** Tým paketo.one
- Materiály:** Vlnitá lepenka s digitálním tiskem a laminací + tablet
- Použití:** Dlouhodobé vystavení v maloobchodních řetězcích
- Charakteristika:** S Remoskou Tria pečete, dusíte a vaříte i pod tlakem v jediném hrnci. Rozumí si se všemi druhy sporáků, takže vás nevypeče bez ohledu na momentální vybavení kuchyně. Jde o nový a jedinečný koncept, kdy jeden set Remosky Tria obsahuje tři pokličky, což nabízí v kuchyni stovky možností, a tímto toto řešení zastane kompletně vše, co můžete v kuchyni potřebovat. Abychom zvýdhlili jedinečnost tohoto řešení, bylo nutné vyvinout stojan, který bude dostatečně informovat o výhodách Remosky Tria. Zákazník si bude moci sám aktivně vyzkoušet jednotlivé varianty této sestavy. Díky vloženému tabletu a letáčkům se dozví, proč zrovna toto řešení doma potřebuje, v čem je unikátní a jednoduché. Stojan je vyroben z vlnité lepenky a pro zvýšení jeho užité hodnoty je opatřen pevnou laminací, která mu propůjčuje luxusnější vzhled a několikanásobně delší životnost za stále přijatelnou cenu. Proto může být plošně nasazen ve velkém počtu prodejních míst. Výhodou tohoto stojanu je, že část s tabletem je odnímatelná, tudíž není nezbytné mít tablet na každé prodejné.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
**DOMÁCÍ POTŘEBY,
BYTOVÉ DOPLŇKY, HOBBY**



**POPAI
AWARDS**

29

Signify stojan na nové ekologické žárovky A+

Zadavatel: Signify Commercial s.r.o.

Příhlašovatel: Authentica, s.r.o.

Autor: Authentica, s.r.o., Authentica Design

Materiály: EE vlna + BC vlna, papírová voština 10 mm a PETG čirý 1 mm

Použití: Podlahový stojan do prodejny

Popis: Od našeho velmi oblíbeného klienta přišlo velmi zajímavé zadání a to vymyslet kompletní design a výrobu stojanu, který vhodně uvede (na český a slovenský trh) nový typ žárovky. Šlo o žárovku A+, která je maximálně ekologická.

V tomto duchu jsme vymýšleli i design a materiál, který by nejvíce vyhovoval zadání a požadavků klienta. Jde tedy o kombinaci EE vlny + BC vlny + papírové voštiny, kterou doplňuje čirý PETG. PETG byl zvolen z toho důvodu, že poměrně vhodně dokáže imitovat reálnou žárovku. Záměrně jsme po konzultaci s klientem, zvolili co nejvíce zelených tónů, aby i grafika reflektovala ekologický aspekt produktu. Stojany jsou k vidění v řetězcích Hornbach (CZ + SK). U některých kusů je součástí i LED podsvícení.

Charakteristika: Podlahový stojan z více druhů materiálu. Produkty možno odebírat ze tří stran. Maximální počet vystavených produktů 32 ks.



KATEGORIE

I

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
HRAČKYPOPAI
AWARDS

30

STOJAN PRO PREZENTACI HRAČEK

Zadavatel: VTech Electronics Europe GmbH

Příhlašovatel: THIMM THE HIGHPACK GROUP

Autor: THIMM THE HIGHPACK GROUP

Materiály: vlnitá lepenka

Použití: Displej pro prezentaci hraček a herních sad značky Vtech byl vyroben pro prodejny s hračkami. Aby děti dokázal v místě prodeje nadchnout a zaujal i jejich rodiče, byl stojan vyroben ve tvaru auta v životní velikosti. Díky jedinečnému ztvárnění a pestrobarevnému potisku je stojan nepřehlédnutelným prvkem v prodejních s hračkami.

Charakteristika: Stojan z vlnité lepenky pro prezentaci nové řady hraček přináší do prodejen svěží vítr. Autíčka Tut-tut Cory Flitzer jsou v prodejních s hračkami prezentována zajímavým a hravým způsobem ve stojanu v podobě auta v životní velikosti. Nejen, že stojan v hračkářství zaujme rodiče, osloví zejména nejmenší zákazníky. Hračky jsou v displeji účinně prezentovány na čtyřech regálech, přičemž v horních regálech jsou umístěny celé herní sady a na spodních menších regálech jsou vystavena jednotlivá autíčka. Produkty mohou být odebírány z obou stran stojanu. Pomyslnou třešničkou na dortu je potištěný topper, díky kterému děti rychle rozpoznají stojan s hračkami z oblíbeného seriálu Tut-tut Cory Flitzer.



KATEGORIE

I

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
HRAČKYPOPAI
AWARDS

STOJAN LEGO VEHICLES

Zadavatel: LEGO Trading s.r.o.

Příhlašovatel: Dago s.r.o.

Autor: Dago Team

Materiály: voština, karton, diody, reproduktor

Použití: CZ - hračkárství Sparkys, Bambule, Dráčik, SK - Alltoys, Dráčik

Charakteristika: Značka LEGO potěší nabídkou mnoha druhů aut a vozidel napříč produktovými řadami velké i malé stavitele, a přitom nezapomíná ani na stavitelky. Od prázdninových karavanů a zmrzlinářských dodávek přes hasičská či popelářská auta, helikoptéry, terénní vozidla, buldozéry a traktory, až po kaskadérskou arénu a závodnické vozy. Na své si opravdu přijde každý, bez ohledu na věk či pohlaví. Z kartonového stojanu vytvořeného na míru této jedinečné edici si na všechny kolemjdoucí brousí zuby neodolatelně barevný Monster Truck. Do svého světa se Vás snaží vtáhnout nejen svými, za pomoci světelných diod, blikajícími světly, ale také zvukem řvoucího motoru. Nesmí chybět také call-to-action slogan ve výšce očí. Po pravé straně je také možné prohlédnout si některé z produktů v již složené a finální podobě, což probudí tu správnou dávku zvědavosti a touhy bavit se. Tyto jsou samozřejmě chráněné proti případnému odcizení vitrínou z plexiskla, takže nezbyvá než si pořídit a poskládat pár vlastních kousků. Značka LEGO slibuje pořádnou jízdu a maximum zábavy.

32



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
PET FOOD



**POPAI
AWARDS**



ENDCAP PEDIGREE

- Zadavatel:** Mars Czech s.r.o.
Příhlašovatel: Dago s.r.o.
Autor: Dago Team
Materiály: LTD, kov, plast, Led svícení, umělá tráva
Použití: HM Globus

Charakteristika: Ve spolupráci se společností Mars Czech s.r.o. vznikl endcap, který bravurně zvládne od prezentovat hned čtyři z jejich brandů zároveň. Jedná se o zákazníky oblíbené krmivo značky Pedigree, které je umístěné na čelní straně a vévodí mu logo doplněné světelnou auroou. Snacky Dentastix pečující o zuby čtyřnohých miláčků, které patří také pod hlavičku Pedigree, jsou k nalezení na sousedící boční straně a světelnými efekty přímo hýří. Vedle loga zde podsvícením poutá také edukace a roztomilý obrázek zoubku signalizující, že bychom u mazlíčků na péči o ně neměli zapomínat. To vše nádherně doplňuje dřevěný model pejska. Sheba je lahodné a lákavé kočičí krmivo, a proto mu vévodí prémiová černá barva v kombinaci se světelným butonem. Rozhraní dělicím ji od drobných kočičích pochoutek Dreamies, kde je opět logo se světelnou auroou, kraluje elegantní kočka realizovaná 3D tiskem. Vše pak vhodně doplňuje umělý trávnik lemující spodní část skrz všechny strany.

33

KATEGORIE
J

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
PET FOOD



**POPAI
AWARDS**



STOJAN PRO PTAČÍ KRMENÍ

Zadavatel: Vitakraft Chovex s.r.o.

Přihlašovatel: Dago s.r.o.

Autor: Dago Team

Materiály: karton, voština

Použití: HM Albert

Charakteristika: Kouzelnou čtvrtpaletku ve tvaru ptačí budky rozhodně nepřehlédnete. Voštinový stojan vyroben s láskou k přírodě stejně, jako všechny krmiva od společnosti Vitakraft, která rozumí vnitřnímu poutu mezi člověkem a zvířetem a zlepšuje to společně mezi nimi již téměř 180 let. Citlivě potíštěn nádhernou grafikou obrazů přírody upoutá i za použití minima barev, přičemž nakloněné police jakoby samy zákazníkům nabízeli tyto úžasné produkty. Jádrem vystavení se však stávají skutečné provázky, na kterých nalezneme sedět hned tři druhy ptáčků. Zde opravdu není třeba žádných výrazných prvků, protože tento pohled nenechá nikoho chladným a zaručeně rozněžní a otevře všechna srdce. Vždyť krmení ptáčků, ať už v lese, na zahradě či na parapetu, nejen prohlubuje naše pouto s přírodou, ale nabízí jedinečnou možnost pozorovat je zblízka a učit nás a naše děti chránit vše živé. Tady není co dodat, snad jen, že v jednoduchosti je krása.

34



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
SLUŽBY



POPAI
AWARDS



SAUNOVÝ SVĚT SAUNIA

- Zadavatel:** Saunia, s.r.o.
Příhlašovatel: MORIS design s.r.o.
Autor: Arch. Mojmír Ranný
Materiály: Dřevo, 3D dřevo, kov nerez, kámen, ratan, podsvětlené plexi s info grafikou a brandem, zelená stěna z rostlin – vertikální zahrada a další.
Použití: Saunia v OC CENTRAL Kladno

Charakteristika: Úspěšný stavební projekt, který jsme dokončili pro největší síť saunových světů SAUNIA v ČR, je otevřen v OC CENTRAL Kladno. Elegantní dřevěný nápis SAUNIA, který Vás vítá, hned v úvodu ujišťuje, že vstupujete do výjimečně zdravého prostoru, kde se Vaše tělo opravdu zrelaxuje. Naleznete zde 5 typů saun, bar a příjemnou atmosféru a prostředí, které zaručeně osvěží Vaše tělo a mysl. Vše ve výjimečném materiálovém provedení a zpracování od dřevěného obložení stěn až po informační grafiku. Na tak rozsáhlé přípravě a realizaci se podílel celý náš tým od MORIS design až po naši stavební divizi MORIS construction. Saunový svět jsme tak mohli vybudovat od kompletní stavební úpravy až po výrobu interiéru. I zde se ukázalo, že opravdu na každém detailu záleží, neboť jsme si se zástupci Saunia s veškerými prvky detailně vyhráli nejen výrobně a technologicky, ale jako vždy i stavebně. Díky tomu se celý saunový svět stává opravdu výjimečným prostorem pro Relax.

35



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
SLUŽBY



POPAI
AWARDS



KIOSEK (SHOP IN SHOP) VODAFONE

- Zadavatel:** Vodafone Czech Republic a. s.
- Příhlašovatel:** MORIS design s.r.o.
- Autor:** MORIS design s.r.o.
- Materiály:** Bílá Kronospan HPL 8100 SM
Červená Kronospan Chilli Red 7113 BS
Sokl Kronospan Brushed Aluminium
Vitrážová červená fólie na vybraných prvcích
Koberec červený zátěžový
- Použití:** OC Atrium Flora v Praze

Charakteristika: Stánek pro společnost Vodafone slouží jako dočasné prodejní místo v obchodních centrech, ve kterých současně probíhá renovace kamenné prodejny. Byl navržen z flexibilních modulů, které kromě různých velikostních variant umožňují opakovanou montáž i demontáž a počítají s náročnými přenosy v rámci stěhování. Jednoduchý a čistý design nechá vyniknout branding, který je směřován kolmo na zákaznický tok a díky své barevné skladbě se stává snadno a intuitivně rozpoznatelným i ze vzdálených zón nákupních pasáží. Jednoduché a čisté linie, jsou doplněné o prostor určený pro prezentaci produktů, který je příjemně nasvícen. Tato kombinace vytváří jemný pocit elegancie i díky ergonomicky přívětivému tvarování rohů pracovní desky. Produkty jsou umístěné na bílých samostatných stojanech pro individuální vyzkoušení. Na začátku stánku je umístěn i designový desinfekční stojan s automatickým dávkováním, který chrání ruce zákazníků.





TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
SLUŽBY



POPAI
AWARDS



VODAFONE: LOKALIZACE KONCEPTU PRODEJEN

37

Zadavatel: Vodafone Czech Republic a.s.

Příhlašovatel: WELLEN a.s.

Autor: TEAM WELLEN

Materiály: 3D tisk, technologie, LCD, neon, dřevěná dýha, lamino, polepy

Použití: Prodejny Vodafone Praha Flora a Brno Vaňkovka, realizace jaro 2021

Charakteristika: Na základě výzkumu na téma lokalizované komunikace a vyhodnocení dat vzniká požadavek upravit a lokalizovat komunikaci, layout i nástroje v nově refitovaných prodejnách. Pro dva rozdílné projekty v Praze a Brně byly zvoleny lokalizované prvky a konvergentní koutky doplněny o interaktivní digitální prvky, které pojmu segmentovaný a lokalizovaný obsah nabídek. Dále je propojena komunikace a obrazovky vyvolávacího systému do jednoho celku. Prodejny jsou opatřeny digitálními LCD cenovkami. V obou prodejnách je navíc doplněn systém výběru příslušenství pomocí digitálního katalogu, aby ještě více podporoval prodej. Digitální prvky se tak stávají prodejním nástrojem prodejce a veškeré interakce je možné následně vyhodnocovat.

KATEGORIE

L

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
ELEKTRONIKA, IT PRODUKTYPOPAI
AWARDS

KIOSEK (SHOP IN SHOP) VODAFONE

- Zadavatel:** Vodafone Czech Republic a. s.
- Příhlašovatel:** MORIS design s.r.o.
- Autor:** MORIS design s.r.o.
- Materiály:** Bílá Kronospan HPL 8100 SM
Červená Kronospan Chilli Red 7113 BS
Sokl Kronospan Brushed Aluminium
Vitrážová červená fólie na vybraných prvcích
Koberec červený zátěžový
- Použití:** OC Atrium Flora v Praze

- Charakteristika:** Stánek pro společnost Vodafone slouží jako dočasné prodejní místo v obchodních centrech, ve kterých současně probíhá renovace kamenné prodejny. Byl navržen z flexibilních modulů, které kromě různých velikostních variant umožňují opakovanou montáž i demontáž a počítají s náročnými přenosy v rámci stěhování. Jednoduchý a čistý design nechá vyniknout branding, který je směřován kolmo na zákaznický tok a díky své barevné skladbě se stává snadno a intuitivně rozpoznatelným i ze vzdálených zón nákupních pasáží. Jednoduché a čisté linie, jsou doplněné o prostor určený pro prezentaci produktů, který je příjemně nasvícen. Tato kombinace vytváří jemný pocit elegancie i díky ergonomicky přívětivému tvarování rohů pracovní desky. Produkty jsou umístěné na bílých samostatných stojanech pro individuální vyzkoušení. Na začátku stánku je umístěn i designový desinfekční stojan s automatickým dávkováním, který chrání ruce zákazníků.

38

KATEGORIE

L

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
ELEKTRONIKA, IT PRODUKTY



**POPAI
AWARDS**



39



FOLDABLE PHOTO WALL

- Zadavatel:** Samsung Electronics CZ/SK
- Příhlašovatel:** Cheil GmbH Germany, pobočka Praha
- Autor:** Marián Ščipa
- Materiály:** ocelová konstrukce, dřevotřískinové OSB desky, marmoleum, hliník, akrylát, led osvětlení
- Použití:** Exteriérové a interiérové expozice při uvedení nových produktů na trh v obchodních centrech a na náměstích.
- Charakteristika:** Fotostěna určená k představení nového výrobku a interakci se zákazníky

KATEGORIE

L

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
ELEKTRONIKA, IT PRODUKTYPOP AI
AWARDS

Čelo Philips OneBlade

Zadavatel: Philips Česká republika s.r.o.

Přihlašovatel: Authentica, s.r.o.

Autor: Authentica Design

Materiály: Základem čelního vystavení je černé a bílé lamino extra lesk, v kombinaci se samolepkami s matnou laminací a černým lesklým akrylátem. Maketa holicího strojku je vyrobená ze sklolaminátu s povrchovou úpravou mokrého lakování.

Charakteristika: Čelo představuje zákazníkovi novou řadu holicích strojků OneBlade. Vystavení zaujme na první pohled dokonalou kopií zvětšeného holicího strojku OneBlade, kterou zvýrazňuje světlý efekt. Na žiletce jsou vystavené produkty se stručnou charakteristikou, aby si klient vybral produkt dle svých požadavků. Čelu dominuje černé a bílé lamino v extra lesku, v kombinaci s černým lesklým akrylátem a samolepkami s matnou laminací. Vše podtrhuje sokl, prosvětlený do hrany. Nepřehlédnutelným poutačem je umístěná TV s video prezentací řady OneBlade. Pozornosti by neměl uniknout ani detail na zádech stojanu, kde je z lakované MDF desky vytvořena struktura utrženého letáčku OneBlade a v něm elegantně zabudovaná kapsa na letáčky.

Vystavení se nachází v Alza Praha Holešovice, Bratislava a Budapešť, kde je součástí ostrovního vystavení pro Philips.

40



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY

**TEXTIL, SPORT, OBUV,
OSOBNÍ POTŘEBY A PŘÍSLUŠENSTVÍ**



**POPAI
AWARDS**



STOJAN ZDRAVÉ PONOŽKY

- Zadavatel:** Karel Polášek - OLET
Příhlašovatel: MORIS design s.r.o.
Autor: MORIS design s.r.o.
Materiály: LTD Kronospan – Bílá 0113 PE
LTD Kronospan - Cashmere 5981 BS
Bočnice – barevný tisk na transparentní laminovou fólii
(Tisk double strike pro plně výraznou barvu)

Použití: Obchody po ČR

Charakteristika: Design prodejní gondoly (stojanu) odráží především charakter nabízeného produktu. Svým minimalistickým tvaroslovím a příjemnými barvami upoutává pozornost především ženskou částí klientely.

Horní plocha je určena pro komunikaci směrem k zákazníkům a jasně sděluje, jaké produkty můžete ve stojanu očekávat. Ve střední části je prostor pro kompletní nabídku zdravých ponožek. Spodní část je určena pro uskladnění produktů přímo ve stojanu a prodáváč tak chybějící zboží může velmi rychle doplnit.

Bílá barva korpusu stojanu doplněná o podbarvené průhledné plexi vyzdvihuje hlavní vlastnosti produktu – zdravé ponožky.

Stojan má podsvícený header led páskem, který je orientován směrem dolů. Díky tomu je možné jedním páskem nasvítit jak nápis, tak produkty. Samozřejmostí jsou výměnné bočnice. Ty jsou tvořené bílou LTD částí a transparentními prvky v růžové a modré barvě, které fungují jako vyznačení dámské a pánské sekce.





TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY

**TEXTIL, SPORT, OBUV,
OSOBNÍ POTŘEBY A PŘÍSLUŠENSTVÍ**



**POPAI
AWARDS**



42

STOJAN BUGATTI

Zadavatel: L - founders of loyalty

Přihlašovatel: Sprint Trading s.r.o.

Autor: Tým Sprint Trading

Materiály: Karton

Použití: síť drogerií Rossmann

Charakteristika: "Elegantní na každém kroku" - spojení tradice a ducha času. To je základní kámen této světové značky, jejíž produkty vynikají kvalitním materiálem a čistým designem. Bugatti je „módní společník“ pro každého z vás, který odráží uvolněný, ležérní, městský životní styl.

Společností L-founders jsme byli osloveni s požadavkem na vytvoření stylového stojanu s důrazem na elegantní módní doplňky značky Bugatti. Stojan propojuje prezentační část s částí prodejní. Nabízí tak zákazníkovi možnost si prohlédnout všechny produkty v rámci kampaně realizované ve spolupráci s drogerií Rossmann.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
**PRVKY VYBAVENÍ
INTERIÉRŮ OBCHODŮ**



**POP AI
AWARDS**



KONCEPT OBCHODU MALVÍK

- Zadavatel:** Malvel s.r.o.
Příhlašovatel: MORIS design s.r.o.
Autor: MORIS design s.r.o.
Materiály: FE regály, LTD desky, desky s dekorem dřeva, led pásky, plexi, T-boardy
Použití: Obchod v Jirnech a několik dalších po Praze

Charakteristika: Obchod, který je nejdůležitějším bodem před narozením dítěte.

Důraz je kladen na grafické znázornění postavy čápa a nebe. Jasná symbolika narození dítěte a tím i spojení potřebných věcí pro blížící se termín porodu. Naším cílem bylo vytvořit místo, kde pořídíte vždy vše, co potřebujete k plánovanému začlenění nového člena rodiny. Od kočárků, autosedaček až po drobnosti nejen pro děti, ale i pro maminky. Ženskost a velmi lehká elegancie díky barevnému provedení bílé a růžové se spojuje v každém detailu. Decentní, designově zpracované označení některých produktů vytváří dekorované ostrovy, kde jsou výjimečné produkty. Emocionální potřeba být natěšen a zároveň být velmi klidný a připravený na první okamžik, to vše spojuje postavička čápa a vyobrazení modrého nebe. 3D dřevěné vznášející se prvky jako čápi, mráčky a světélka umocňují pocit, že jste opravdu na správném místě. V obchodě i díky tomu dochází ke spojení dvou světů – tomu na nebi a na zemi.

Chybí vám něco pro nejdůležitější první dny? Malvík je přesně obchod pro maminky a děti, kde nejen nakoupíte, ale hlavně načerpáte velmi cenné inspirace přímo na místě. Proto zde naleznete inspirativní koutek, jak může dětský pokoj vypadat, herna pro děti, přebalovací a kojící koutek a mnoho dalších inspirací. Je zde vše, co potřebujete k prvním dnům.

43



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
**PRVKY VYBAVENÍ
INTERIÉRŮ OBCHODŮ**



**POP AI
AWARDS**



PILSNER URQUELL - PŘESTAVBA PIVNÍ SEKCE MAKRO PLZEŇ

- Zadavatel:** Plzeňský Prazdroj
Příhlašovatel: Plzeňský Prazdroj
Autor: Lada Kohoutková
Materiály: měděné lakování
Použití: Remodeling pивní sekce pro Makro Plzeň

Charakteristika: Tři oboustranné bannery zavěšené ze stropu. Atypické osvětlení imitace varny s měděným lakováním. Polep sloupu s procesem výroby piva Pilsner Urquell a opláštěním ve spodní části. Banner na čele regálu s výčepačkou dotváří celkovou image značky. Boční bannery na sudové konstrukci s ikonickými prvky značky. Celá přestavba vznikla na míru pro Makro Plzeň a je unikátní pouze pro tento obchod.

44



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
**PRVKY VYBAVENÍ
INTERIÉRŮ OBCHODŮ**



**POP AI
AWARDS**



ŽELEZNÝ OSTROV PRO SUDY

- Zadavatel:** Plzeňský Prazdroj, a. s.
Příhlašovatel: DEKOR, spol. s r.o.
Autor: DEKOR, spol. s r.o.
Materiály: železo, hliník, bond, plast a potisk
Použití: paletové vystavení pro pivní sudy ve velkoobchodě

Charakteristika: Provedení ostrovů je založeno na jeklové konstrukci pod paletami, použitým materiálem je surové železo a transparentní komaxit. Bočnice ostrova tvoří trubkový rám s plechový panel, na kterém je vizuál z potištěného bondu. Jedná o modulární systém, pevně přichycený k podlaze chemickými kotvami. Volba surového železa krásně souzní s vystavenými KEG, sudy také ze stříbrného kovu. Vizuály nad sudovým ostrovem jsou vyrobeny z potištěného plastu a hliníkových profilů zavěšených na existující řetízky kotvené do stropu. V případech, kde to není možné, jsou vizuály umístěny přímo na ostrov. Za povšimnutí na tomto velkolepém druhotném umístění stojí i magnetické cedulky s brandem vystavených sudů, které jsou řazeny podle prémiovosti. Díky magnetické koncepci cedulek lze tyto variabilně přesouvat dle daných potřeb v místě prodeje.

45



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY PRVKY VYBAVENÍ INTERIÉRŮ OBCHODŮ



POPAI
AWARDS



LANCÔME SHOP-IN-SHOP

46

Zadavatel: L'Oréal ČR s.r.o.

Přihlašovatel: REXY s.r.o.

Autor: REXY s.r.o., DEX Digi experience s.r.o., L'Oréal ČR s.r.o., Notino s.r.o.

Materiály: lakovaná MDF - vysoký lesk, lakovaný kov, plasty, sklo, zrcadlo, fabric bannery, podlaha dřevěné lamely, Vescom tkanina, LED osvětlení, křišťálový lustr

Použití: parfumerie Notino, Arena Mall Budapešť

Charakteristika: Fungující koncept značky Lancôme a parfumerie Notino, zaměřený na skin care beauty technologie a na propojení on-line a off-line, vznikl spoluprací mezi L'Oréal LUXE designery z Francie, Notinem, českým L'Oréal LUXE týmem a agenturou REXY a DEX Digi experience. REXY dodala interiéry navržené designéry značky Lancôme, které musely odpovídat vysokým standardům dle guidelines a kvality značky, a zároveň podmínkám provozu a prostředí parfumerie Notino a obchodního centra. Značka Lancôme získala vestavbou shop-in-shop přesně vyhrazený a brand identity odpovídající prostor a zároveň větší vizibilitu. Tu podpořil i nově zrealizovaný boční vchod do prodejny, který zdobí Lancôme logo. Účelem byla nejen větší vizibilita značky, ale také zachycení hlavního „davu“ lidí, který proudí právě tímto směrem. Cílem tohoto prostoru je upozornit na nově implementované beauty technologie, které zpříjemňují nákupy pro zákazníky a zajišťují jim větší retail experience na prodejně. Vizibilitu značky i zážitek na prodejně, který je pro dnešního zákazníka klíčový, podporuje i digitální komunikace od DEX Digi experience. Digitální obsah, který spravuje DEX Digi experience na dálku pomocí vzdálené správy, běží na dvou 55" monitorech a okamžitě upoutá pozornost zákazníka.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
**PROSTŘEDKY PRO SLUŽBY
PODPORY PRODEJE**



**POPAI
AWARDS**



STOJAN ZDRAVÉ PONOŽKY

- Zadavatel:** Karel Polášek - OLET
Příhlašovatel: MORIS design s.r.o.
Autor: MORIS design s.r.o.
Materiály: LTD Kronospan – Bílá 0113 PE
LTD Kronospan - Cashmere 5981 BS
Bočnice – barevný tisk na transparentní laminovou fólii
(Tisk double strike pro plně výraznou barvu)

Použití: Obchody po ČR

Charakteristika: Design prodejní gondoly (stojanu) odráží především charakter nabízeného produktu. Svým minimalistickým tvaroslovím a příjemnými barvami upoutává pozornost především ženskou částí klientely.

Horní plocha je určena pro komunikaci směrem k zákazníkům a jasně sděluje, jaké produkty můžete ve stojanu očekávat. Ve střední části je prostor pro kompletní nabídku zdravých ponožek. Spodní část je určena pro uskladnění produktů přímo ve stojanu a prodáváč tak chybějící zboží může velmi rychle doplnit.

Bílá barva korpusu stojanu doplněná o podbarvené průhledné plexi vyzdvihuje hlavní vlastnosti produktu – zdravé ponožky.

Stojan má podsvícený header led páskem, který je orientován směrem dolů. Díky tomu je možné jedním páskem nasvítit jak nápis, tak produkty. Samozřejmostí jsou výměnné bočnice. Ty jsou tvořené bílou LTD částí a transparentními prvky v růžové a modré barvě, které fungují jako vyznačení dámské a pánské sekce.





TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
**PROSTŘEDKY PRO SLUŽBY
PODPORY PRODEJE**



**POP AI
AWARDS**



SHOP IN SHOP PURINA

- Zadavatel:** NESTLÉ Česko s.r.o.
Přihlašovatel: Dago s.r.o.
Autor: Dago Team
Materiály: LTD, kov, překližka, reálné prvky
Použití: prodejny Mall

Charakteristika: Tento jedinečný shop-in-shop Purina byl vytvořen v naprostém souladu s heslem této značky, "s nadšením pro Vaše miláčky." Pro kamenné prodejny Mall byl přímo na míru vytvořen laminový skelet, který byl posléze vsazen do zdi tak, aby se stal nedílnou součástí nákupního zážitku. Modul se skládá ze dvou sekcí, které opticky rozdělují minimalistický model dřevěného stromku. V levé části věnované psům a krmivům pro ně, vyniká skutečná psí bouda, která byla mimo jiné kreativně využita také k vystavení samotných produktů. Do popředí zde pak vystupuje předsazený model pejska v antracitové barvě. Kočičí částí dominuje škrabadlo z plyše a provázků, které bylo také inovativně a hravě uzpůsobeno k vystavení pochoutek. Opět nechybí ani předsazený antracitový model rozverného kočičího miláčka. Do dokonalosti je pak shop-in-shop doveden podvícením. Již z dálky celý září nejen díky světelným butonům, ale je také precizně protkán LED pásky, které dávají vyniknout prezentovaným výrobkům. To vše za plného zachování barevnosti tohoto brandu. Prodej probíhá za efektivní podpory šikovných asistentů společnosti Mall.

49

KATEGORIE

P

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
**PROSTŘEDKY PRO SLUŽBY
PODPORY PRODEJE**



**POP AI
AWARDS**



Big Window KaDeWe

- Zadavatel:** Beam Suntory Deutschland GmbH
Přihlašovatel: Authentica, s.r.o.
Autor: Authentica Design
Materiály: kombinace bílého lamina, 3D tisku, plastu...
Použití: Podpora prodeje

Charakteristika: Kinetická instalace, která upoutá pozornost každého kolemjdoucího a vtáhne diváka do světa ROKU – minimalistické čisté krásy. Instalace je složitě vytvořena ze 6 bylin - květ sakury, listy sakury, sansho pepř, yuzu, sencha čaj a gyokuro čaj, které vedou oči zákazníka k láhvi ROKU GIN, naplněnou 300 ks lahví roku gin. Instalace navodí pocit, jako by těch 6 bylin vycházelo přímo ze dna láhve. Je to vynikající způsob, jak zvýraznit byliny, díky nimž je Roku Gin jedinečný a dodává mu dokonale vyváženou chuť.

50



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY PROSTŘEDKY PRO SLUŽBY PODPORY PRODEJE



POPAI
AWARDS



STOJAN NA KOMPLETY KOL ZNAČKY TOYOTA

51

Zadavatel: Toyota Central Europe - Czech s.r.o.

Příhlašovatel: THIMM THE HIGHPACK GROUP

Autor: THIMM THE HIGHPACK GROUP

Materiály: vlnitá lepenka

Použití: Stojan byl vyroben jako podpora kampaně společnosti Toyota, která k novým modelům aut nabízí kompletní kola zdarma. Stojany jsou umístěny v dealerstvích značky Toyota v České republice a na Slovensku. Společnost THIMM pack'n'display, která stojany vyvinula a vyrobila, je i zároveň distribuovala na určená dealerství značky Toyota.

Charakteristika: Pro účinnou prezentaci a podporu kampaně použila společnost Toyota praktický a zajímavý stojan z vlnité lepenky. Součástí stojanu je modul z vlnité lepenky, na kterém je jedno kolo zavěšeno. Modul je vyroben z dostatečně silného typu vlnité lepenky a sedmnáctipalcové kolo je díky němu na stojanu bezpečně upevněno. Zbýlá tři kola jsou umístěna ve spodní části stojanu a plní stabilizační funkci. Displej završuje digitálně potištěný topper, který je možné vyměnit. Digitální tisk umožňuje výrobu topperů v malých sériích, a proto se perfektně hodí pro různé kampaně nebo sezónní zboží. Díky topperu se displej stane nepřehlédnutelným prvkem v každém dealerství.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY PROSTŘEDKY PRO SLUŽBY PODPORY PRODEJE



POP AI
AWARDS



JACK DANIEL'S MODUL - ALBERT

- Zadavatel:** Brown-Forman Czechia, s.r.o.
Příhlašovatel: SÁRA, s. r. o.
Autor: Šimon Řihánek, SÁRA, s. r. o.
Materiály: HPS, AKRYL, KARTON
Použití: Hypermarkety Albert Česká republika, s.r.o.

Charakteristika: Prezentace jedinečné whiskey Jack Daniel's v regálech hypermarketů Albert si zaslouží i u krátkodobého vystavení prémiové řešení. Proto designéři ze SÁRY v úzké spolupráci s Brown-Forman připravili „Jack Daniel's modul - Albert“, který reflektuje osobitý styl whiskey z Tennessee. Zadání z Brown-Forman bylo, aby vystavení téměř ve 40 prodejnách jednoduchým způsobem edukovalo spotřebitele o mixibilitě whiskey Jack Daniel's a zároveň komunikovalo novinku Jack & Cola v plechu - tedy poměrně hodně informací. SÁRA® si poradila tím, že modul rozdělila do několika sektorů, které díky různému nasvícení od sebe logicky oddělila pro snadnou orientaci zákazníka. Ojedinelým provedením je nasvícení produktů, které se u krátkodobých (měsíčních) vystavení realizuje výjimečně, ne-li vůbec.





TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
**REKLAMNÍ DÁRKY
V MÍSTĚ PRODEJE**



**POPAI
AWARDS**



54

KOLEKCE DÁRKOVÝCH PŘEDMĚTŮ 30 LET SPEED PRESS PLUS A.S.

Zadavatel: SPEED PRESS Plus a.s. - reklamní a dárkové předměty

Příhlašovatel: SPEED PRESS Plus a.s. - reklamní a dárkové předměty

Autor: SPEED PRESS Plus a.s. - reklamní a dárkové předměty

Materiály: různé - kolekce

Použití: Dárky byly v rámci výroční kampaně použity jako drobné dárky pro klienty a partnery při návštěvě vzorkovny reklamních předmětů i při různých příležitostech po celý rok. Kampaň byla také podpořena tištěnými inzeráty v časopisech, rollup bannery na akcích i online reklamou.

Charakteristika: V roce 2021 slaví společnost SPEED PRESS Plus a.s. výročí 30 let na trhu a při té příležitosti byla vytvořena kolekce drobných propagačních předmětů s výročním logem. Ty byly v rámci výroční kampaně použity jako drobné dárky pro klienty a partnery při návštěvě vzorkovny reklamních předmětů i při různých příležitostech po celý rok. Kampaň byla také podpořena tištěnými inzeráty v časopisech, rollup bannery na akcích i online reklamou. Tato kolekce je ovlivněna současnou pandemickou situací a proto obsahuje praktické dárky typu antibakteriální propisovací tužka, kovová klíčenka pro hygienické otevírání dveří s dotykovým koncem a žetonem do nákupních vozíků, antibakteriální gel na ruce nebo malý čistící antibakteriální ubrousek Pushclean a v neposlední řadě plnobarevně potištěný kryt na respirátor. Nezbytnost na cesty ve formě termohrnku s možností celoplošného plnobarevného sublimačního potisku. Ale také drobnou sladkost „na nervy“ v podobě plněného pardubického perníku ve tvaru srdce. Dárkový set byl doplňován v průběhu roku dalšími sezonními dárky.

KATEGORIE

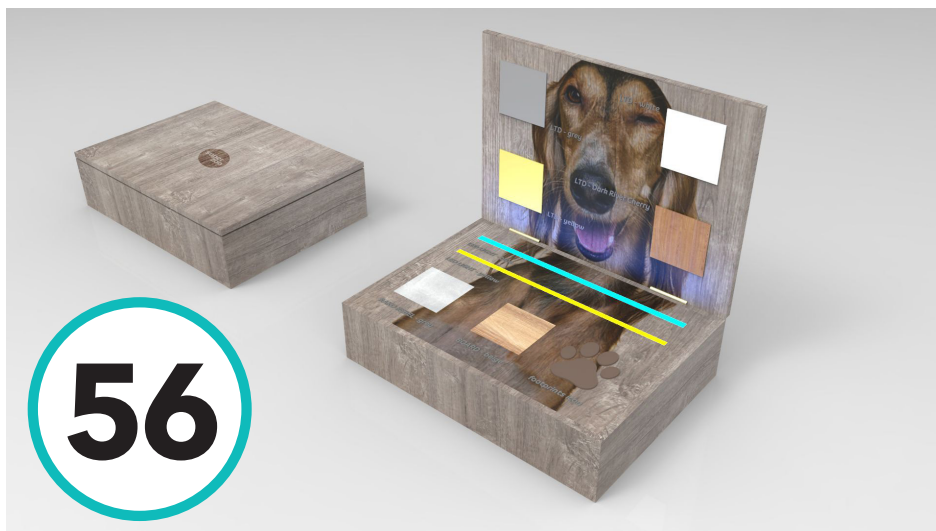
RTRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
OSTATNÍ (PROTOTYPY, VZORKY)**POP AI
AWARDS****55**

VZORNÍK MATERIÁLŮ SPORTISIMO

- Zadavatel:** SPORTISIMO s.r.o.
- Příhlašovatel:** MORIS design s.r.o.
- Autor:** MORIS design s.r.o.
- Materiály:** Vzorník materiálů je vyroben z LTD Kronospan Antracit 164 PE + hliníkového profilu, ohraněno ABS.
Uvedené materiály jsou obsaženy v každém obchodě SPORTISIMO
PODLAHA – keramická dlažba v betonovém dekoru. Centrální ulička je doplněna o leštěný kámen, který určuje směr zákaznické cesty.
REGÁLOVINA – kovové přístěnné regály v tmavě šedé s nízkými gondolami z LTD Kronospan Antracit 164 PE, bílá Kronospan 8100 SM, modrá 0125 BS. Pódia z tmavého LTD doplněné světelnými šipkami z opálového plexiskla. Brány doplněné o světelné LED bloky.
SIGNAGE – LED panely s bannery. Názvy kategorií a edukace jsou z magnetické fólie, nebo fóliový polepem.
- Použití:** Po celé ČR, Rumunsko, Bulharsko
- Charakteristika:** „Sportisimo udává nový směr ve svém segmentu“ Proto bylo potřeba vytvořit vzorník materiálů, který bude jasným průvodcem pro nový unikátní koncept všech obchodů. Je zde nastíněn nosný a spojovací prvek interiéru – prostá šipka, která jasně definuje nový směr Sportisima a odlišuje ho tak od konkurence. Díky tomuto symbolickému spojení na prodejně dochází k neustálému pohybu, který se dále reflektuje, jak do nábytkové části, tak do emočních grafík. Náhled na Tboard s grafikou ve tvaru šipky je zakomponován do vzorníku, včetně podsvětlení. Základní použité materiály, jako je např. tahokov a barevné provedení dalších materiálů jen doplňují kompletnost vzorníku, ze kterého můžete čerpat emoce podobné těm, které dopřáváme zákazníkům na prodejně.

KATEGORIE

R

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
OSTATNÍ (PROTOTYPY, VZORKY)POP AI
AWARDS

VZORNÍK MATERIÁLŮ SUPER ZOO

Zadavatel: Plaček Pet Products, s.r.o.

Příhlašovatel: MORIS design s.r.o.

Autor: MORIS design s.r.o.

Materiály: Vzorník je vyroben z mořené překližky. Obrázek psa je natištěn na vzorník přímým tiskem. Vysoce odolné umělé materiály napodobující přírodní materiály – umožňují vysokou odolnost a snadnou údržbu. Uvedené materiály jsou obsaženy v každém obchodě SUPER ZOO. Kovové regály tmavě šedá RAL 7015. Promovaná čela gondol Bílá RAL 9003. LTD – Grey, White, Yellow, Dark River Cherry. Kronospan 0164 PE Antracid. Bílá Kronospan 8100 SM

OSVĚTLENÍ: Jednotlivé zóny a promované části jsou nasvětlené tracklighty, plošné osvětlení je pak provedeno lineárními svítidly. Vybrané zboží je pak nasvětlené přímo z polic regálů. Led Light Blue, Led Light Yellow

PODLAHA je dělená dle zónování na dlažbu v dekoru betonu RAKO Rebel a středovou část s keramickou dlažbou v dřevodekoru RAKO BOARD.

(Rebel – Grey, BOARD – Beige)

Použití: Po celé ČR

Charakteristika: Pokračujeme v cestě úspěšného rebrandingu prodejen SUPER ZOO, kde pracujeme s unikátním emotivním zážitkem v každém směru. Proto, aby každý obchod byl ve stejném provedení, vytvořili jsme vzorník materiálů.

Barevnost všech materiálů byla pečlivě vybírána tak, aby decentně doplňovala prvky a signage v nosné CI barvě společnosti SUPER ZOO, kterou je podkladová žlutá s červeno-hnědým logem. Dalším kritériem bylo nastavení poměru jednotlivých částí tak, aby celkový výraz seděl přesně do cílové skupiny a umožňoval snadnou akcentovanou komunikaci marketingu. Doplnění grafického prvku jako je otisk tlapy, elegantně dotváří celý vzorník.

KATEGORIE

R

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
OSTATNÍ (PROTOTYPY, VZORKY)POPAI
AWARDS

57



BRÁNA Z VLNITÉ LEPENKY PRO ZVIDITELNĚNÍ V MÍSTĚ PRODEJE

Zadavatel: THIMM THE HIGHPACK GROUP

Příhlašovatel: THIMM THE HIGHPACK GROUP

Autor: THIMM THE HIGHPACK GROUP

Materiály: vlnitá lepenka

Použití: Skládací displej z vlnité lepenky slouží ke zviditelnění v místě prodeje. Brána snadno upoutá pozornost zákazníků a navíc ji lze použít pro podporu různých kampaní. Rozložena může být ve třech různých šířkách podle propozic místa, kde má být vystavena. Dodávána je jako jednoduchá složená konstrukce. Výměnou sedlového prvku se lze přizpůsobit aktuálním kampaním a displej použít opakovaně.

Charakteristika: Brána pro zviditelnění v místě prodeje se skládá z jednoduché skládací konstrukce, která je vysoce multifunkční a flexibilní. Displej lze rozložit do třech různých šířek podle aktuálních potřeb v místě prodeje – může být široký 120 cm, 180 cm nebo 240 cm. Bez ohledu na zvolenou velikost, displej se skládá pouze z jedné praktické části, která je kompaktně zabalena a ideálně se hodí pro převoz. Skládací mechanismus je uživatelsky přívětivý, a tak rozložení displeje nezabere více než několik minut. Sedlový prvek na horním oblouku je ústředním elementem celého displeje, který lze flexibilně měnit a přizpůsobovat podle potřeb aktuální kampaně. Na sloupech displeje mohou být rovněž umístěny zásobníky na brožurky a další doplňky. Celé řešení včetně sedlového prvku i drobných doplňků je vyrobeno z vlnité lepenky. Ve srovnání s alternativami z plastu se tak jedná o vysoce udržitelné řešení.

KATEGORIE

RTRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
OSTATNÍ (PROTOTYPY, VZORKY)**POPAI
AWARDS****58**

PRŮHLEDNÉ 3D DYNAMICKÉ LOGO PRO VITRÍNY

Zadavatel: Heineken Slovensko a.s.
Příhlašovatel: Ross s.r.o.
Materiály: kov, pmma, led, elektronika
Použití: Dveře prodejních vitrín a lednic.

Charakteristika: Exkluzivní zboží nebo zboží vyžadující speciální teplotní podmínky bývá vystavováno a nabízeno k prodeji, mimo jiné, v prosklených vitrínách a vitrinových lednicích. Pro zvýšení atraktivity prodeje, zájmu zákazníka, zároveň bez zakrytí vystaveného zboží slouží světelné 3D logo s dynamickým efektem. Logo je průhledné, obrysované po obvodu gravírovanými linkami, rozložené ve více vrstvách v závislosti na barevnosti loga. Postupným rozsvěcováním jednotlivých vrstev a barev se dosahuje potřebná dynamika a zároveň i „hloubka“ (3D efekt) loga. Logo má samostatný korpus, který se dá na dveře vitrín a lednic instalovat jednoduše a intuitivně bez řemeslných dovedností a bez potřeby dalšího nářadí. Kromě toho logo nasvětluje v příslušném barevném tónu i zboží ve vitríně a spodní, rámem neohraničená hrana loga nasvědčují také zbývající část dveří vitriny. Celé provedení je tak jednoduše spojeno do kompaktního celku, včetně příjemného, nerušivého a dynamického světelného efektu, který zvyšuje přirozený nákupní impuls.





TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
OSTATNÍ (PROTOTYPY, VZORKY)



**POPAI
AWARDS**



DEKORACE DO VÝLOH - KAMPAŇ OCEÁN

Zadavatel: Thomas Sabo
Přihlašovatel: Authentica, s.r.o.
Autor: Authentica Design
Materiály: 3D tisk – PLA Filament

Charakteristika: Jedno z významných v roce 1984 založených německých šperkařství se sídlem v Lauf an der Pegnitz si zakládá na dokonalé prezentaci svým šperků v T. Sabo Storech. Každoročně přijde Thomas Sabo s novým nápadem, kdy se daná kampaň prolíná přímo s tematikou šperku. Takto tomu bylo i u letní kampaně Oceán 2021. Umělecké šperky s motivy oceánu podtrhla umělecky ztvárněná 3D vlna. Vlna jako klidný, přesto energický element zrcadlí různorodost, jakou je možné nalézt ve všech špercích Thomase Saba.

59

KATEGORIE

R

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
OSTATNÍ (PROTOTYPY, VZORKY)POP AI
AWARDS

60

DVOUPALETÍ TULLAMORE D.E.W

Zadavatel: Mast-Jaegermeister CZ s.r.o.

Přihlašovatel: Dago s.r.o.

Autor: Dago Team

Materiály: karton, koplast, luminiscentní plexi

Použití: Prodejny Kaufland

Charakteristika: Věhlasná irská whiskey Tullamore D.E.W. poprvé ve své historii představuje produkt s příchutí, a to ne ledajakou! Tullamore D.E.W. Honey je nečekané spojení jemné irské whiskey a poctivého českého medu, vanilky a trošky dubu. Kartonové paletové vystavení pro tuto novinku se tedy právem pyšní také vyobrazením Pražského hradu, který je považován nejen za symbol hlavního města, ale i české státnosti. Dalším neodmyslitelným symbolem je žokej na včele, který v souladu s reklamou v médiích letí na český med. Zároveň nezvyklá kompozice včely a žokeje budí v místě prodeje zvědavost a přitahuje pozornost kolemjdoucích. Očím dále ulahodí luminiscentní plexisklo ve formě několika hexagonů odkazujících na medové plástve. Vše je laděno do hřejivé barvy medu, až je téměř cítit přirozené sladké tóny s nádechem jemné kořenitosti, kterými tento zlatavý nápoj oplývá. Díky této blended whiskey otevírá značka Tullamore D.E.W. své srdce zejména ženám a mladším věkovým kategoriím. U toho nemůžete chybnout!



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
EKOLOGICKÉ KONCEPCE



POPAI
AWARDS



LETOKRUH: RETAIL PRO NEZISKOVKU

61

Zadavatel: Letokruh, z.ú.

Přihlašovatel: WELLEN a.s.

Autor: TEAM WELLEN

Materiály: re-use nábytek, přírodní dřevo, ekologické barvy, recyklovatelné fólie

Použití: Dobroklubovna Praha 4, retail neziskové organizace + dobrovolnické centrum, sociální služby, realizace léto 2021

Charakteristika: Neziskové organizace zpravidla nemají na svá „místa prodeje“ moc prostředků. Letokruh se stal garantem dobrovolnických center a očekával větší příliv návštěvníků „zvenku“, zároveň získal nový prostor a chtěl dobrovolnictví zralého věku více zviditelnit. Na projekt jsme se podívali komplexně a nejdříve dopracovali značku včetně vize a mise. Zásadní úpravou prošlo také logo, aby více vyjadřovalo cílení na seniory. S myšlenkou „skautské“ klubovny, v níž je základním prvkem dřevo a průřez kmenem jsme spojili také myšlenku re-use materiálů, zejména nábytku. Nic starého není na vyhození, vše má svou funkci a dá se dále používat. Díky tomu se senioři mohli do přípravy „své“ klubovny částečně také zapojit. Vznikl příjemný prostor s kuchýnkou, otevřený díky výlohám do veřejného prostoru a lákající ke vstupu. Zároveň byla vyřešena také komunikace včetně informačního systému u vstupu. Díky precizní přípravě projektu a vizualizacím se neziskové organizaci podařilo získat sponzory nejen na rekonstrukci sociálního zařízení, ale také na stavební práce. Nová „dobroklubovna“ spolu s novým corporate designem značky sjednoceným i na webových stránkách již od léta 2021 zve další seniory i dobrovolníky. Protože stáří dokáže rozdávat radost.



SEVENTH GENERATION

- Zadavatel:** UNILEVER ČR, spol. s r. o.
Příhlašovatel: POS Media Czech Republic, s.r.o.
Autor: POS Media Czech Republic, s.r.o.
Materiály: Podlahová folie bez PVC, karton
Použití:

62

Cílem bylo ukázat méně známou, ale vysoce kvalitní značku zákazníkům. Dostat produkty Seventh Generation do popředí a prezentovat základní přidanou hodnotu, kterou je šetrnost k přírodě. Ekologie a udržitelný životní styl je u značky Seventh Generation na prvním místě a promítá se do výroby a kvality každého výrobku. Shop in shopy jsou instalované v 6 hypermarketech Albert a jsou doplněné o Instagramovou influencer kampaň, která posiluje dosah celé propagace. Shop in shop přitom musí najednou předat hned několik zpráv – naprosto zřejmá musí být ekologie, kdy samotné přípravky jsou vyrobeny téměř zcela z přírodních surovin a obaly jsou nejen recyklovatelné, ale již i z recyklovaných materiálů. Dále je třeba upozornit na skvělou funkčnost produktů, což u eko drogerie bývá problém, nikoliv však u značky Seventh Generation a poslední, ale klíčová věc byla – ukázat, na co konkrétní produkty slouží. Etikety na produktech totiž mají jen anglické popisky. Zákazníkům jsme tak v rámci shop in shopu museli odkomunikovat de facto i kategorii a užití jednotlivých promovanych prostředků.

Charakteristika: V případě značky Seventh Generation jsme chtěli přijít se skutečně výjimečným řešením, které podpoří nejen samotnou znalost značky a prodeje produktů, ale současně bude akcentovat i ekologii, která je pro značku naprosto klíčovým tématem. Proto jsme celý shop-in-shop vyrobili z ekologického materiálu včetně barev. Jde tak o unikátní provedení, které není na trhu běžné. Stojany jsou vyrobeny z plně recyklovatelných a obnovitelných surovin. Na tisk byly použity ekologicky šetrné barvy na základě vodní inkoustové technologie. Na dvou stojanech je využit i materiál PET, který jako jeden z mála polymerů, lze recyklovat do stejné formy. A i podlahová folie je ekologickou alternativou k běžným samolepicím fóliím. Neobsahuje PVC, přesto nabízí velmi vysoký výkon.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
EKOLOGICKÉ KONCEPCE



POPAI
AWARDS



UDRŽITELNÝ VÁNOČNÍ DISPLEJ WELEDA

- Zadavatel:** Weleda
Příhlašovatel: THIMM THE HIGHPACK GROUP
Materiály: vlnitá lepenka
Použití:

Udržitelný displej z vlnité lepenky pro výrobce holistické přírodní kosmetiky, značku Weleda, byl vyroben za účelem prezentace kosmetických sad v období Vánoc. Displej ve tvaru stroměčku najde své místo v každé drogerii.

Charakteristika: Téma udržitelnosti se komplexně prolíná všemi činnostmi společnosti Weleda. I proto zvolil tento výrobce přírodní kosmetiky pro prezentaci svých vánočních kosmetických sad displej z ekologické vlnité lepenky. Papíry použité k výrobě vlnité lepenky byly vyrobeny ze 100% recyklovaného papíru. Více než 99 % papírů používaných k výrobě vlnité lepenky v THIMM navíc disponuje certifikací FSC®, která je zárukou, že dřevo jakožto základní materiál pochází z udržitelně a šetrně obhospodařovaného lesa. Prezentace výrobků přírodní kosmetiky tak získala ekologický rozměr. Displej vyrobený ve tvaru stroměčku je decentně potištěn v přírodních odstínech. Atraktivní design displeje upoutá pozornost zákazníků a aktivně je vybízí k udržitelnému obdarování svých blízkých.

63

KATEGORIE

S

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
EKOLOGICKÉ KONCEPCEPOP AI
AWARDS

64



UDRŽITELNÝ A PRAKTICKÝ PULTOVÝ DISPLEJ HERBADENT

Zadavatel: Herbai a.s.

Přihlašovatel: THIMM THE HIGHPACK GROUP

Autor: THIMM THE HIGHPACK GROUP

Materiály: vlnitá lepenka

Použití: Český výrobce přírodních produktů péče o zuby, společnost Herbadent, používá pro prezentaci svých produktů v ordinacích stomatologů praktický pultový displej. Produkty značky Herbadent jsou vystaveny na vrchní části displeje, zatímco zubní kartáčky jsou zavěšeny na dřevěných háčcích. Ve vnitřní části displeje je úložný prostor, ze kterého mohou být produkty jednoduše doplňovány přímo v ordinaci.

Charakteristika: Hlavními rysy pultového displeje je jeho udržitelnost a zároveň vysoká praktičnost. Celý je vyroben z vlnité lepenky, 100% recyklovatelné a obnovitelné suroviny. Displej má přírodní, hnědý design, který doplňuje decentní digitální potisk a dřevěné háčky na zavěšení produktů. Uvnitř pultového displeje se nachází vnitřní úložný prostor, který slouží jako zásobárna produktů. Produkty lze v ordinacích velmi jednoduše doplnit a není potřeba vyhrazovat místo pro jejich skladování. Na vrchní části displeje jsou produkty pevně fixovány – pro každý z nich je připraven vyřiznutý otvor, do kterého produkt zapadne.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
EKOLOGICKÉ KONCEPCE



POP AI
AWARDS



SOLÁRNÍ WOBBLER

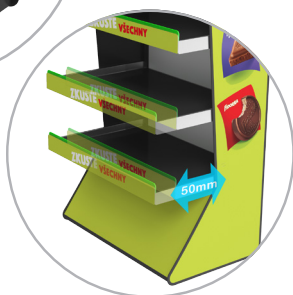
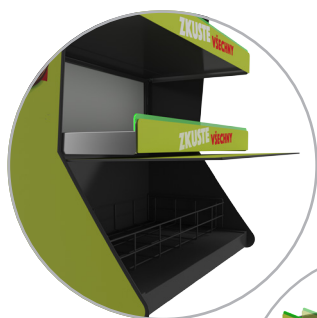
- Zadavatel:** Mondelez Czech Republic s.r.o.
Příhlašovatel: Mondelez Czech Republic s.r.o.
Autor: TMS Global
Materiály: plast PET G, měkká ocel,
solar wobbler hlavička, kovový držák
Použití: Tradiční trh Česká republika a Slovensko

Charakteristika: Solární wobbler je inovativní instore nástroj, který je určen k umístění na regál. Wobbler upoutá pozornost nakupujícího díky pohybu horní ručičky, která je poháněna solární energií, včetně indoor světla. Pohyb wobbleru narušuje rutinu nakupujícího a snadno jej zaujme. Solární wobbler má měnitelný branding, je tedy určený k opakovanému používání u různých aktivit, NPD, a dalších příležitostí. Jelikož není potřeba baterie a wobbler je možný využívat soustavně, je toto řešení šetrné k životnímu prostředí.

65

KATEGORIE

S

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
EKOLOGICKÉ KONCEPCEPOPAI
AWARDS

66

PERMANENTNÍ STOJAN

Zadavatel: Mondelez Czech Republic s.r.o.

Příhlašovatel: Mondelez Czech Republic s.r.o.

Autor: Total Marketing Support,
Mondelez Czech Republic,
DZIEDZIK - POSM Solutions

Materiály: kov, fluo plexi, PET plast

Použití: Tradiční trh Česká republika a Slovensko

Charakteristika: Společnost Mondelez má široké portfolio značek a produktů různých tvarů a velikostí, proto potřebujeme pro jejich vystavení řešení, které bude univerzální a dovede se přizpůsobit jakémukoli produktu. V tomto univerzálním stojanu se dají všechny police vysunout směrem dopředu, čímž se zvětšuje plocha police, a zároveň je možné je naklánět, což zvyšuje viditelnost produktů uvnitř kartonů. Stojan má kompletně měnitelný design, můžeme jej tedy ošatit v souladu s kteroukoli značkou. Díky své univerzálnosti je toto řešení nejen ekonomické, ale také v souladu s naší prioritou, kterou je udržitelnost a ohleduplnost k životnímu prostředí. Pozornost nakupujícího upoutají fluorescenční elementy na policích a topkartě. Pro snadný pohyb na prodejní ploše je stojan opatřen kolečky.



KATEGORIE

S

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
EKOLOGICKÉ KONCEPCEPOPAI
AWARDS

67

STOJAN NA SVÍČKY

Zadavatel: NOHEL GARDEN a. s.

Příhlašovatel: DEKOR, spol. s r.o.

Autor: DEKOR, spol. s r.o.

Materiály: dřevo – překližka, samolepka

Použití: vystavení a maloobchodní prodej svíček a příslušenství

Charakteristika: Pro realizaci stojanu na svíčky byla jako nosný materiál vybrána surová překližka bez povrchové úpravy. Stojan je dodáván v dílech, které se jednoduše složí na místě, a to bez pomoci dalšího nářadí. I spojovací elementy jsou vyrobeny ze dřeva. Pro řezání jednotlivých dílů byl použit laser. Řez potom zůstává tmavý a hrana dílů opálena. Tímto efektem společně s výřezy na boku evokující hořící plamen designově potrhujeme účel stojanu. Stojan je navíc koncipován jako samonosný, paletový. Znamená to, že ho lze již naplněný produkty jednoduše přemístit pomocí paletového vozíku. Stojan navíc obsahuje vyměnitelné logo standardně rozděleno na vánoční či celosezónní prodej. Počítá se s jeho opakovaným použitím a možným uskladněním v rozloženém stavu. To společně i s volbou dřeva jako konstrukčního materiálu tento výrobek řadí mezi ekologické koncepte.



KATEGORIE
S

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
EKOLOGICKÉ KONCEPCE



**POPAI
AWARDS**



TULLAMORE D.E.W. HONEY KIT

68

Zadavatel: Mast-Jaeger Maister s.r.o.

Příhlašovatel: Authentica, s.r.o.

Autor: Authentica, s.r.o., Mast-Jaegermeister CZ

Materiály: Voština 10 mm, BC vlna, E vlna, návlek 1 stranný tisk Kraftpack

Použití: Launch campaign - Box na vzorky Tullamore D.E.W. Honey a zároveň odpočívadlo pro včely

Charakteristika: Dárkový box, který komunikuje spojení blendu tří whiskey a poctivého českého medu. Z jedné strany je prostor na 5 lahvíček Tullamore D.E.W. Honey, z druhé strany je to hotel pro včely. Tedy není to jen obalový karton, který nemá další využití, ale snaha o udržitelnost a pocta českým včelám. Jako materiál byla zvolena voština, volně přeloženo jako pláštěv včelího medu, kdy nám vzniká propojení s kampaní Tullamore D.E.W. Honey. A také propojení s přírodou, jelikož se jedná o snadno recyklovatelný materiál.

Buď zodpovědný a udělej něco pro přírodu! Krabice slouží i jako hotel pro včely. Stačí, když ho pověšíš na háček nebo položíš na zem. Unavená včela si bude mít kde odpočinout a odvděčit se ti prvotřídním medem.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY KOMPLEXNÍ STORE KONCEPTY - DESIGN PRODEJEN



POP AI
AWARDS



KAMENNÁ POBOČKA NA KLÍČ - OD DESIGNU PO REALIZACI



Zadavatel: DRIVERAMA

Příhlašovatel: Agentura GATE, s.r.o.

Autor: Agentura GATE, s.r.o.

Materiály: stavební, nábytkové, reklamní a elektro materiály

Použití: Pobočka DRIVERAMA Fair Point je prvním druhem kamenné prodejny firmy DRIVERAMA, navrhovaným v tzv. shop-in-shop konceptu. V současné době jsou otevřeny 4 takové pobočky v Německu, které jsme klientovi dodali na klíč – od návrhu designu, přes výrobu jednotlivých komponentů, až po samotnou instalaci. Přihlášeným exponátem je pobočka Reinickendorf v Berlíně, která byla oficiálně otevřena 6. října 2021, a která je zároveň čtvrtou otevřenou pobočkou. Účelem poboček je umožnit svým zákazníkům odprodat, do budoucna i zakoupit ojetý vůz odkudkoliv z Evropy v časovém horizontu jediné návštěvy.

Charakteristika: Pobočka DRIVERAMA Fair Point v Reinickendorfu má celkovou rozlohu 56m² a je funkčně uzpůsobena přímému kontaktu personálu se zákazníkem. Prostor je tedy rozdělen na zaměstnaneckou a klientskou zónu tak, aby bylo možné obsloužit více zákazníků najednou. Oříškem návrhu a následné realizace bylo vytvořit autentický a zákaznický přívětivý prostor v budově autoservisu a prodejny pneumatik, to vše bez možnosti použití pevných příček ani výraznějších předělů prostoru. K vyladění té správné zákaznické atmosféry jsme například zapojili i technologie aroma marketingu. Na kompletní realizaci včetně návrhů designu jsme měli pouhých 5 týdnů. Prodejna je sestavena ze stavebních, nábytkových a komunikačních materiálů, včetně elektronického vybavení. K pobočce dále patří i venkovní polepy a různé druhy reklamních poutačů. Jednotlivé konstrukční prvky prodejny jsou: - vinylová podlaha - nástěnná tapeta - nábytek (stoly, židle, pohovka, skříň) - recepční pult se zázemím a bezpečnostními prvky - 3D logo - závěsné bannery - samo stojné bannery a roll-upy - polepy - nástěnné obrazy, dekorace a aroma marketing - 55" LCD monitor napojen na CMS - WiFi, tiskárna, síť a další elektronika - venkovní polepy a poutače.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY KOMPLEXNÍ STORE KONCEPTY - DESIGN PRODEJEN



POPAI
AWARDS



KONCEPT OBCHODU MALVÍK

- Zadavatel:** Malvel s.r.o.
- Příhlašovatel:** MORIS design s.r.o.
- Autor:** MORIS design s.r.o.
- Materiály:** FE regály, LTD desky, desky s dekorem dřeva, led pásy, plexi, T-boardy
- Použití:** Obchod v Jirnech a několik dalších po Praze
- Charakteristika:** Obchod, který je nejdůležitějším bodem před narozením dítěte.



Důraz je kladen na grafické znázornění postavy čápa a nebe. Jasná symbolika narození dítěte a tím i spojení potřebných věcí pro blížící se termín porodu. Naším cílem bylo vytvořit místo, kde pořídíte vždy vše, co potřebujete k plánovanému začlenění nového člena rodiny. Od kočárků, autosedaček až po drobnosti nejen pro děti, ale i pro maminky. Ženskost a velmi lehká elegancie díky barevnému provedení bílé a růžové se spojuje v každém detailu. Decentní, designově zpracované označení některých produktů vytváří dekorované ostrovy, kde jsou výjimečné produkty. Emocionální potřeba být natěšen a zároveň být velmi klidný a připravený na první okamžik, to vše spojuje postavička čápa a vyobrazení modrého nebe.

3D dřevěné vznášející se prvky jako čápi, mráčky a světélka umocňují pocit, že jste opravdu na správném místě. V obchodě i díky tomu dochází ke spojení dvou světů – tomu na nebi a na zemi.

Chybí vám něco pro nejdůležitější první dny? Malvík je přesně obchod pro maminky a děti, kde nejen nakoupíte, ale hlavně načerpáte velmi cenné inspirace přímo na místě. Proto zde naleznete inspirativní koutek, jak může dětský pokoj vypadat, herna pro děti, přebalovací a kojící koutek a mnoho dalších inspirací. Je zde vše, co potřebujete k prvním dnům.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
**KOMPLEXNÍ STORE KONCEPTY
- DESIGN PRODEJEN**



**POPAI
AWARDS**



VODAFONE: LOKALIZACE KONCEPTU PRODEJEN

71

Zadavatel: Vodafone Czech Republic a.s.

Příhlašovatel: WELLEN a.s.

Autor: TEAM WELLEN

Materiály: 3D tisk, technologie, LCD, neon, dřevěná dýha, lamino, polepy

Použití: Prodejny Vodafone Praha Flora a Brno Vaňkovka, realizace jaro 2021

Charakteristika: Na základě výzkumu na téma lokalizované komunikace a vyhodnocení dat vzniká požadavek upravit a lokalizovat komunikaci, layout i nástroje v nově refitovaných prodejnách. Pro dva rozdílné projekty v Praze a Brně byly zvoleny lokalizované prvky a konvergentní koutky doplněny o interaktivní digitální prvky, které pojmu segmentovaný a lokalizovaný obsah nabídek. Dále je propojena komunikace a obrazovky vyvolávacího systému do jednoho celku. Prodejny jsou opatřeny digitálními LCD cenovkami. V obou prodejnách je navíc doplněn systém výběru příslušenství pomocí digitálního katalogu, aby ještě více podporoval prodej. Digitální prvky se tak stávají prodejním nástrojem prodejce a veškeré interakce je možné následně vyhodnocovat.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY KOMPLEXNÍ STORE KONCEPTY - DESIGN PRODEJEN



POPAI
AWARDS

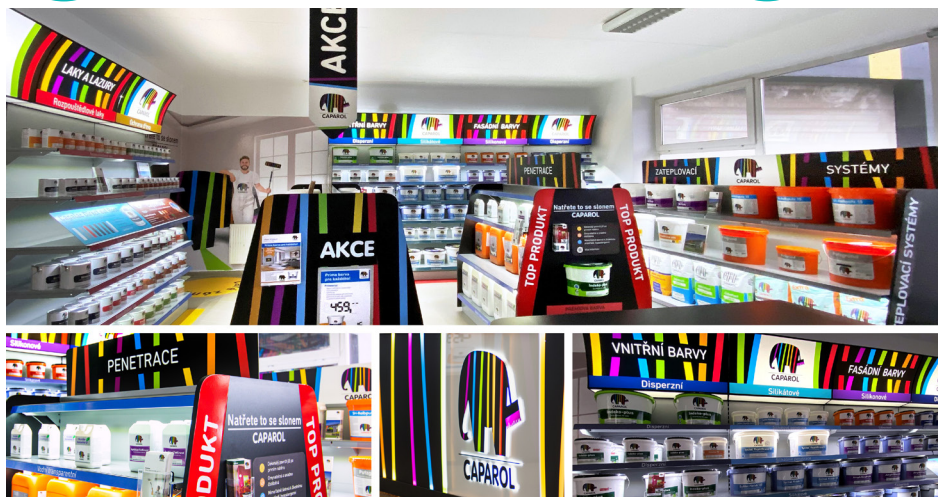


LETOKRUH: RETAIL PRO NEZISKOVKU

72

- Zadavatel:** Letokruh, z.ú.
Příhlašovatel: WELLEN a.s.
Autor: TEAM WELLEN
Materiály: re-use nábytek, přírodní dřevo, ekologické barvy, recyklovatelné fólie
Použití: Dobroklubovna Praha 4, retail neziskové organizace + dobrovolnické centrum, sociální služby, realizace léto 2021

Charakteristika: Neziskové organizace zpravidla nemají na svá „místa prodeje“ moc prostředků. Letokruh se stal garantem dobrovolnických center a očekával větší příliv návštěvníků „zvenku“, zároveň získal nový prostor a chtěl dobrovolnictví zralého věku více zviditelnit. Na projekt jsme se podívali komplexně a nejdříve dopracovali značku včetně vize a mise. Zásadní úpravou prošlo také logo, aby více vyjadřovalo cílení na seniory. S myšlenkou „skautské“ klubovny, v níž je základním prvkem dřevo a průřez kmenem jsme spojili také myšlenku re-use materiálů, zejména nábytku. Nic starého není na vyhození, vše má svou funkci a dá se dále používat. Díky tomu se senioři mohli do přípravy „své“ klubovny částečně také zapojit. Vznikl příjemný prostor s kuchýnkou, otevřený díky výlohám do veřejného prostoru a lákající ke vstupu. Zároveň byla vyřešena také komunikace včetně informačního systému u vstupu. Díky precizní přípravě projektu a vizualizacím se neziskové organizaci podařilo získat sponzory nejen na rekonstrukci sociálního zařízení, ale také na stavební práce. Nová „dobroklubovna“ spolu s novým corporate designem značky sjednoceným i na webových stránkách již od léta 2021 zve další seniory i dobrovolníky. Protože stáří dokáže rozdávat radost.



KONCEPT MODERNÍ PREZENTACE PRODUKTŮ CAPAROL

73

Zadavatel: Caparol Czechia s.r.o.

Příhlašovatel: Ross s.r.o.

Autor: AdHackers s.r.o. & Jan Hrubý

Materiály: kov, LTD lamino, PETG a PVC desky, LED, magnetická folie, pvc folie, a jin.

Použití: Pilotní prodejna Caparol partnera v Jihlavě a následná implementace na dalších partnerských provozovnách v ČR i SK.

Charakteristika: Caparol v České republice reprezentuje předního evropského výrobce nátěrových hmot a zateplovacích systémů – německou společnost DAW. Je oporou profesionálním malířům a stavebním firmám, své inovativní a prémiové produkty nabízí primárně prostřednictvím externí prodejní sítě tzv. Caparol partnerů. V roce 2021 byl vyvinut koncept, který zajistí kvalitní a jednotnou prezentaci Caparol produktů na těchto prodejních místech, a který po technické a funkční stránce dopracoval realizátor na základě svých dlouholetých zkušeností. KONCEPT je komplexní, řeší exteriér provozovny, směrovou navigaci a zejména interiérové uspořádání prodejny. Je navržen tak, aby byl funkční a zároveň se zde zákazníci i prodejní personál cítili pohodlně, jeho součástí je tak např. Café zóna, či designérský koutek. KONCEPT klade důraz na modulární řešení, zboží je na prodejně prezentováno prostřednictvím standardizovaného regálového systému, a snadno se tak přizpůsobí různým formátům prodejen. Velká pozornost je věnována jednoduché orientaci v produktové nabídce. Základem je barevná navigace směřující zákazníky do logicky rozčleněných produktových zón. Každá ze sortimentních skupin má přiděleno vlastní barvu, vycházející z designu produktových etiket – toto kódování, použité v podlahové grafice a na regálových sestavách výrazně zjednodušuje orientaci v široké nabídce Caparolu. Vystavené zboží doplňuje tzv. infografika, sdělující klíčové parametry výrobků, možnosti jejich využití a výhody. Jedním z hlavních cílů konceptu je intenzivní a atraktivní komunikace značky Caparol – k tomu zejména slouží světelné prvky, ať jsou to boxy v horní části regálů či iluminované barevné pásy na prodejním pultu. Atmosféru prodejny utváří nasvětlení vystavených výrobků prostřednictvím LED pásků. Vše je efektivně ovládáno prostřednictvím Wifi, mobilu a aplikace IQTECH. Pilotní prodejna v Jihlavě potvrdila funkčnost KONCEPTU, návštěvníci i prodejci se v novém prostředí cítí dobře, snadněji se orientují v produktové nabídce a duhový slon je zde nepřehlédnutelný. S novou formou prezentace produktů Caparol se tak budeme moci setkat na desítkách míst nejen v České republice.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
**KOMPLEXNÍ STORE KONCEPTY
- DESIGN PRODEJEN**



**POPAI
AWARDS**



FLAGSHIPSTORE WATERDROP BRNO

74

- Zadavatel:** Waterdrop Microdrink GmbH
Příhlašovatel: Authentica, s.r.o.
Autor: Authentica, s.r.o., Authentica Design
Materiály: dubové dřevo, ocelová konstrukce, travertinové desky se štípanou hranou, mechová stěna, frézované logo, světelný banner, textilie
Použití: Prodejna Waterdrop, Rašínova 4 Brno

Charakteristika: Vybavení interiéru první vlajkové prodejny Waterdrop v Brně vychází ze stejného konceptu jako flagship store ve Vídni a další po celém světě budou následovat. Lokace obchodu v úzkém centru města, na prestižní adrese na Rašínova 4 o podlahové ploše 66 m².

Klient se dlouhodobě zabývá ochranou životního prostředí, a proto na prodejně naleznete převážně přírodní materiály. Byly zde použity luxusní materiály jako dubová dýha, travertinové desky a zakázková mechová stěna, na které je umístěno vyfrézované podsvícené logo. Dominantou celé prodejny je právě tato mechová stěna a vodní bar, který má zákazníka upoutat přímo u vstupu do prodejny.

Na vodním baru v moderním a nadčasovém designu se nachází dvě baterie, které jsou napojené na sodovací přístroj. Zákazník má tedy na výběr ze tří variant – nechlazená, chlazená a perlivá voda.

Dle zadání klienta měla prodejna působit svěžím a čistým dojmem, ten podpořili 2 velkoformátové výlohy ve kterých budou umístěné podsvícené sezónní bannery a moderní výloha s výstavní plochou. Tu tvoří 6 velkých dubových kvádrů, které budou sloužit k prezentaci zboží, tato výloha je od hlavního prostoru prodejny odstíněna průhlednými a poloprůhlednými pasy textilie v pojezdných kolejkách.

Dále se na prodejně nachází čtyři vestavěné policové skříně, dvě prostorné komody ve středu prodejny a nízká komoda umístěná za hlavní výlohou prodejny. Důmyslně vymyšlená je i pokladna za kterou se nachází další úložný prostor se světelným bannerem.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
**KOMPLEXNÍ STORE KONCEPTY
- DESIGN PRODEJEN**



**POPAI
AWARDS**



MAGENTA EXPERIENCE CENTER

75

Zadavatel: T-Mobile Czech Republic, a.s.

Příhlašovatel: Proboston Creative s.r.o.

Autor: T-Mobile Czech Republic, a.s.

Materiály: Závěsná stěna: kovová (ocelová) konstrukce s laťovkou a betonem • Nástěnná grafika: Mactac WW300 • Podlaha: a) Např. výstavní stánek: kovová plastová konstrukce + dřevěná/laminovaná + vinylová (PVC) a/o samolep

Použití: Magenta Experience Centre je jedinečný vzdělávací prostor s neomezenými možnostmi. Místo žije nejrůznějšími workshopy, přednáškami a kurzy, které překonávají bariéry digitálního i technologického světa. Svůj domov zde ale najdou i inspirativní talkshow se zajímavými osobnostmi, zažijete tu spoustu zábavy, nebo si odpočínáte se šálkem kávy. Cílem Magenta Experience Centre je inspirace, vzdělávání, zábava a networking. Chceme pomoci s digitální gramotností v Čechách. Věnujeme se i společenským tématům napříč cílovými skupinami. Prostor Magenta Experience Centre tak spojuje vše, co právě hýbe světem.

Charakteristika: Magenta Experience Center je unikátní vzdělávací prostor v obchodním centru Arkády Pankrác, který už od prosince 2020, kdy byl otevřen, slouží edukaci, setkávání i zábavě. Centrum je rozděleno do 7 zón: Tuning stage - svět mobilního příslušenství, Co-working Café - kavárna uzpůsobená pro práci na počítači, Co-working Kitchen - zóna s kuchyní plnou chytrých spotřebičů, Podcast studio - profesionální podcastové studio včetně obsluhy, Gaming - herní zóna vybavená konzolami Xbox, Magenta home - interaktivní ukázka chytré domácnosti a Easy Edu - prostor pro workshopy, přednášky, inspirativní setkání, školení a vzdělávací programy pro děti i seniory. Prostor je vybavený audiovizuální technikou, která umožňuje online streamy, hybridní eventy i odbavení videoprodukce. Každodenní program je k vidění na sociálních sítích Magenta Experience Centre..



INTEGROVANÁ IN-STORE ŘEŠENÍ
INTEGROVANÉ IN-STORE KAMPANĚ



**POPAI
AWARDS**



SAMSUNG SHOP-IN-SHOP

76

Zadavatel:

Samsung Electronics CZ/SK

Příhlašovatel:

Cheil GmbH Germany, pobočka Praha

Autor:

Petr Láska

Cíl a pozadí projektu:

Otevření nového showroomu Alza v Chráštanech

Strategické řešení:

Unikátní prezentace Samsung produktů v kategorii domácích spotřebičů tak, aby zákazník pochopil kompletní eco systém Samsung na jednom místě.

Kreativní řešení:

Celkové řešení představuje kompletní škálu produktů Samsung v oblasti domácích spotřebičů v unikátním prostoru.

V nábytku byly použity tyto materiály:

1. Lakovaná dubová dřevěná dýha – HA stěny a kitchen island, dekorativní kvádry po stranách WMVC islandu, Side table a IM table
2. Laminátové desky – TV stěna (Kronospan 190, 162, 729, Eger perfectsense)
3. Umělý kámen (Hanex) – pracovní deska kitchen islandu a v kuchyňce
4. Lakovaná MDF deska – header se Samsung logem
5. Vinylová podlaha s imitací betonové stěrky

Výsledky projektu:

Projekt byl otevřen na podzim 2021, výsledky prodeje a dopadu na jejich zvýšení budou známy v roce 2022.



INTEGROVANÁ IN-STORE ŘEŠENÍ
INTEGROVANÉ IN-STORE KAMPANĚ



**POPAI
AWARDS**



SHOP-IN-SHOP JÄGERMEISTER

Zadavatel: Mast-Jaegermeister CZ s.r.o.

Příhlašovatel: Dago s.r.o.

Autor: Dago Team



Cíl a pozadí projektu: Období Q3 se letos pro značku Jägermeister nesla aktivací na podporu prodeje. Cílem a zároveň i projektovou challenge bylo, jak bychom mohli dát spotřebiteli atraktivním způsobem důvod koupit lahev Jägermeister v předvánočním období, kdy tradiční buy&get mechaniky už nejsou „in“ a zaujmout spotřebitele je čím dál těžší. Průvodním cílem je vytvořit plošnou awareness pro tuto aktivitu v široké cílové skupině 18+, zvýšit jejich engagement se značkou Jägermeister a motivovat je k zapojení se do promce. Výsledkem naplnění tohoto cíle je hlavní KPI, co je okamžitý nákup a celkově vyšší počet košíků s lahvi Jägermeister v tomto období ve srovnání s minulým rokem.

Strategické řešení: Jelikož cílem bylo oslovit a motivovat co nejširší cílovou skupinu, ovlivnilo to jak výběr médií, tak samotnou mechaniku promoce. Komunikace se primárně opírala o vysoko-zásahové mediatypy jako TV, silnou digitální kampaň a také rádio. Z pohledu mechaniky jsme spotřebiteli cestu k výhře a registraci chtěli co nejvíc ulehčit a odstranit co nejvíc bariér pro vstup do soutěže. Využili jsme proto vícero možností pro zapojení a to jak microsite promoce (jeleneotresse.cz/jelenotrassa.sk), tak i formou SMS. Lze se zapojit s jakoukoli lahví Jägermeister, 0,7L, 0,5L atp., nebo také novinkou Scharf, nebo prémiovou řadou Manifest. Předpokladem naplnění cílů bylo mít i výrazný prostor v in-storu, a to jak z pohledu vizibility a sekundárních vystavení na všech zákaznících, tak i na samotném produktu formou neckhangeru. Do letošní aktivace jsme přizvali navíc i 2 hlavní ambasadory, Petra Čtvrtníčka za Českou republiku a Andreje Bičana za Slovensko. I díky nim jsme cílili na zvýšení engagementu, a to neobvyklou formou losování.

Kreativní řešení: Využíváme známou symboliku z pohádky „oslíku, otřes se“, v přeneseném významu na naší značku a její hlavní atribut - jelena. Kup jakoukoli láhev Jägermeister, zadej soutěžní kód z vnitřní části etikety a hraj o 100 x 10 000 Kč v Čechách a 100 x 400 EUR na Slovensku. Losování výherců probíhá už výše zmíněnou formou, která má zaujmout širší populaci a v 6ti dílech odkomunikovat jak promoci, mechaniku, tak i pobavit diváky. Hlavní aktéři se různými vtipnými způsoby snaží v jednotlivých dílech vytvářet z jelena hlavní cenu soutěže a forma sitcomu dodává pro spotřebitele zajímavou přidanou hodnotu. Losuje se každý týden, poslední týden promoce dokonce každý den.

Výsledky projektu: Kampaň trvá do 31.10.2021, tzn. výsledky ještě v době přihlášky nebyly k dispozici.



INTEGROVANÁ IN-STORE ŘEŠENÍ
INTEGROVANÉ IN-STORE KAMPANĚ



**POPAI
AWARDS**



COSTA COFFEE: KAVÁRNA V JEDINÉ KAPSLI

78

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

Příhlašovatel: up brand activation, s. r. o.

Autor: tým up brand activation

Cíl a pozadí projektu: V druhém pololetí roku 2020 přibyla do portfolia Coca-Coly káva Costa Coffee. Samotná značka v Česku nebyla novinkou, spotřebitelé ji často znali z flagship kaváren. Nově vzniklou otázkou však bylo, jak rozšířit její konzumaci i do dalších kanálů, zejména kanceláří a domácností.

Strategické řešení: Bylo zřejmé, že ukázat nově rozšířenou dostupnost Costa Coffee lze pouze na místech, kde jsou zákazníci a kde mohou pít kávu. Naším cílem však nebylo dát jim pouze ochutnat. Chtěli jsme ukázat, že připravit si Costa Coffee znamená ponořit se do chuti vynikající kávy, která vás jedinou kapslí rázem přenesle do typické italské kavárny i doma nebo v kanceláři. Přesvědčit chuť, vůni – a následně vybědnout k nákupu. Museli jsme tedy zvolit nástroj, jenž umožní servírovat kávu v dokonalé kvalitě, zprostředkuje autenticky italského ducha, který již více než čtyřicet let k Costa Coffee neodmyslitelně patří a bude odrazovým můstkem k nákupu na doma či do práce.

Kreativní řešení: Když nemůžete do kavárny vy, doneste si kavárnu domů. S touto myšlenkou padla volba řešení na typické italské vozítko Piaggio, použitelné pro ochutnávku i podporu prodeje. Kampaň jsme rozprostřeli do retailu, přes HoReCa až k e-commerce. Shánění, přetváření vozidla na pojiždny kavárenský koutek a získání všech razítek byla fuška, ale o pár týdnů později již stála na ulici miniaturní italská kavárna se vším všudy. Se skvělou pákovou mašinou, cedulemi s ručně psaným menu, prvotřídním baristou, ale hlavně s vůní Mocha Italia, kávové směsi typické pro Costa Coffee. Její kompaktní rozměry pak umožňovaly překvapit zákazníky nabídkou skvělé kávy úplně všude: od samotného in-store, až po skutečně netradiční místa, jako uprostřed parku nebo v novém pražském Manifestu. S každým šálkem dostali zákazníci nabídku dopřát si stejné kávové potěšení i později doma či v kanceláři, jednak v podobě vzorků s možností dalšího nákupu v retailu, jednak tipů na netradiční kávové nápoje v HoReCa až po e-commerce aktivaci prostřednictvím QR kódů vedoucích rovnou do eshopu. Na eventech jsme spotřebitele překvapili i skutečně osobní verzí jejich kávy pomocí tisku portrétů přístrojem Selfie cup.

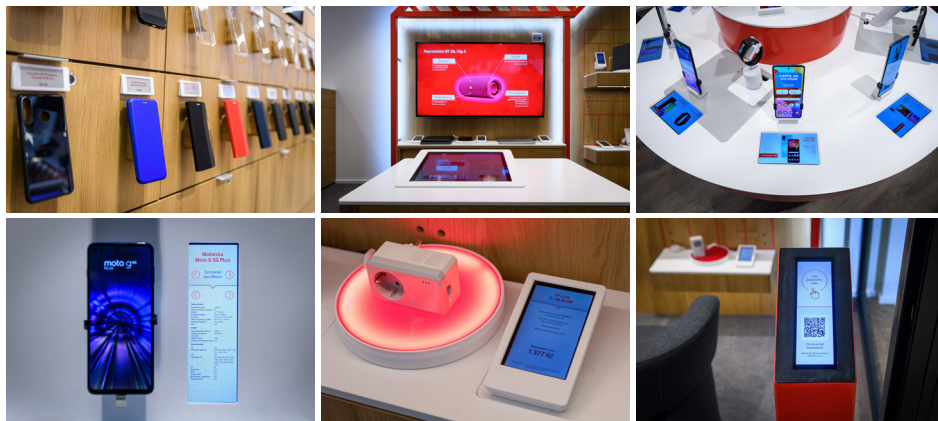
Výsledky projektu: Za tři měsíce letní kampaň jsme projeli všemi regiony České republiky. U páky kávovaru jsme strávili přes čtyři sta hodin. Téměř osm tisíc lidí naši kávu přímo ochutnalo, další tisíce dostalo vzorky a nabídku vyzkoušet chuť své oblíbené kavárny nyní i doma nebo v kanceláři. A o to přesně značce Costa Coffee šlo. Vyzkoušíte zážitek jako z kavárny i vy?



DIGITAL
DIGITÁLNÍ KOMUNIKACE
REALIZACE V PRODEJNÍCH MÍSTECH,
INOVATIVNÍ MATERIÁLY, SYSTÉMY



**POP AI
AWARDS**



EMA: DIGITÁLNÍ MOZEK RETAILU

- Zadavatel:** WELLEN a.s.
Příhlašovatel: WELLEN a.s.
Autor: TEAM WELLEN
Materiály: digitální platforma
Použití: Prodejny Vodafone, od jara 2021

Charakteristika: Digitalizace komunikace v retailu a její správa je nezpochybnitelný trend poslední dekády. Její zavedení ale často naráží na roztržitost a nekonceptní implementaci technologií. Platformy různých dodavatelů spolu nejsou kompatibilní, navíc vyžadují příliš mnoho hesel, která je tak snadné zapomenout. Pro efektivní správu komunikace v retailu je třeba vše ovládat z jednoho místa, jedním klikem, pohodlně. Jedině pak lze plánovat, řídit a kontrolovat. eMA (Electronic Merchandising Applications) představuje nástroj pro správu jednotlivých prodejen nebo celých prodejních sítí. Eviduje veškeré informace o konkrétních prodejnách a synchronizuje komunikaci mezi marketingovým oddělením, agenturou a pobočkou. Jako serverová aplikace je k dispozici odkudkoli, na jakémkoli zařízení a nevyžaduje žádnou instalaci. eMA vyhodnocuje veškeré výstupy a interakce jednoduše, na jednom místě, 24/7. Jeho moduly jsou eMA DIGITAL SIGNAGE (eDS) pro vzdálenou správu obsahu digitálních nosičů, včetně HTML obsahu. Z dotykových obrazovek umí udělat tablet. eMA SHELF LABEL (eSL) pro vzdálenou správu menších LCD displejů a cenovek podporuje také displeje s technologií elektronického papíru (E-INK), kde lze díky technologii NFC provést změnu obsahu pouhým přiložením mobilního zařízení. eMA QUEUE MANAGER (eQM) řídí tok zákazníků, umožňuje na zvolených digitálních nosičích zobrazovat pořadové číslo. Systém tiskne klasické lístky, ale nabízí také bezkontaktní načtení QR kódu na mobil zákazníka.

79



DIGITAL
DIGITÁLNÍ KOMUNIKACE
REALIZACE V PRODEJNÍCH MÍSTECH,
INOVATIVNÍ MATERIÁLY, SYSTÉMY



**POPAI
AWARDS**



MILKA OREO ČELO S TV

- Zadavatel:** Mondelez Czech Republic s.r.o.
Příhlašovatel: Mondelez Czech Republic s.r.o.
Autor: Total Marketing Support
Materiály: kov, PMMA, PVC, LED světlo,
televize, polyesterová prskyřice
Použití: Globus Černý Most, Globus Olomouc

Charakteristika: Toto čelo spojuje dvě oblíbené značky Milku a Oreo. Obě značky udávají světové trendy, proto jsme zvolili řešení v podobě digitální obrazovky se vzdálenou správou. To nám umožňuje vysílat obsah vycházející z ATL, ale upravený tak, aby mu nakupující bezprostředně porozuměl. Televize je element, který naruší stereotypní jednání nakupujícího, upoutá jeho pozornost a tím zvýší pravděpodobnost nákupu. Čelo nese klíčové prvky obou brandů, které si nakupující okamžitě spojí s danými produkty.





GATE

Agentura GATE

je full-service BTL agentura se zaměřením na retail. Vytváříme kompletní komunikaci značky – od designových návrhů až po samotnou realizaci – se zvláštním zaměřením na místo prodeje. Naší vizí a principem je one brain/one-page strategy – komunikace tvořená na míru našim klientům. Pokrýváme území CZ, SK, HU, AT a DE.

RETAIL:	in-store, POS komunikační strategie, brandbuilding, výroba nosičů, product launch, trendy
DIGITAL:	digitální technologie, digital signage, CMS, mobilní aplikace, VR/AR, sběr dat z místa prodeje
LOYALTY:	dárkové / slevové / cashback programy, B2B/B2C zaměření, kompletní mechanika a správa programů
AKTIVACE:	event management, hosteskový servis, promo, spotřebitelské soutěže, cross selling
KREATIVA A DESIGN:	kreativní koncepty, grafický design, 3D vizualizace DTP, audio-video, animace, photo editing, aerial photography
PRODUKCE:	tiskové materiály, velkoformátový tisk, 3D výroba, stojany, brandingy, reklamní a prezentační předměty
LOGISTIKA:	vlastní instalační týmy a technika, lepení, montáže, instalace a deinstalace
SKLADOVÁNÍ:	skladovací prostory, management a databáze zboží, recyklace, likvidace

Adresa: Dolnoměcholupská 1418/12; 102 00 Praha 10

Telefon: +420 775 581 282

E-mail: jakub.szlaur@agenturagate.cz

Web: www.agenturagate.cz

**REJSTŘÍK
FIREM**



**POPAI
AWARDS**

AUTHENTICA

GLOBAL RETAIL PARTNER

Authentica, s.r.o.

Přední český výrobce, člen skupiny Authentica Group, společnost Authentica, s.r.o., zajišťuje globální servis v oblasti retail marketingu. Specializuje se na visual merchandising, in-store design a výrobu POS médií. Již téměř 20 let dodává své výrobky do více než 30 zemí Evropy. Díky obchodnímu zastoupení ve Švýcarsku a pobočkám v Německu zajišťují rychlý servis a vysoký standard svých služeb, který je prověřen dlouhodobou spoluprací s nadnárodními značkami.

Adresa: Vídeňská 102/113 | Dolní Heršpice | CZ-619 00 Brno

Telefon: +420 777 562 625

E-mail: authentica@authentica.cz

Web: www.authentica.cz



CZECHPROMOTION

Czech Promotion

Adresa: Thámova 289, 186 00 Praha 8-Karlín

Telefon: +420 222 362 656

E-mail: promotion@promotion.cz

Web: www.promotion.cz

REJSTŘÍK FIREM



POPAI
AWARDS

DAGO

Dago s.r.o.

Jsme fullservisová POP komunikační agentura s vlastní výrobou založená již v roce 1993. Do projektů našich klientů aplikujeme v rámci našeho konceptu CIS (Complex In-store Solution) sofistikované teoreticko-praktické know how z oblasti instore komunikace a působení POP médií na nákupní chování zákazníků, které vychází z nejnovějších výzkumů a trendů. Nabízíme fullservisové zpracování in-store komunikačních projektů – od analýzy výchozí situace, přes návrh médií a jejich designu, konstrukční řešení a sériovou výrobu až po komplexní logistiku, umístění a správu na prodejní ploše. Našimi klíčovými hodnotami jsou RYCHLOST – DŮVĚRA – ZNALOSTI – EFEKTIVITA. Tyto hodnoty promítáme nejen do interních a externích procesů, ale i do všech fází realizace projektů pro naše zákazníky.

Adresa: Komenského 1020

Telefon: +420 311 533 391

E-mail: dago@dago.cz

Web: www.dago.cz

DEKOR

DEKOR, spol. s r.o.

Společnost DEKOR, spol. s r.o. působí v oboru POS projektů a in-store komunikace již od roku 1991. Specializuje se na komplexní servis v oblasti komerčních interiérů a POS stojanů permanentních materiálů. Nabízí špičkový design dle nejpřísnějších měřítek a pravidelně sleduje vývoj nových výrobních technologií, které pak aplikuje do projektů v místě prodeje. Dekor jako jediná firma z České republiky je členem prestižní celosvětové organizace GIC (Global In-store Communication), která sdružuje 18 významných firem z POP oboru ze všech částí světa. Dekor je také velmi aktivním členem asociace POPAI CENTRAL EUROPE. Členství v těchto dvou významných organizacích umožňuje neustálý přísun informací o aktuálních POP trendech, novinkách a inovacích z celého světa.

Adresa: Hradištská 849, 687 08 Buchovice

Telefon: + 420 572 430 555

E-mail: dekor@dekor.cz

Web: www.dekor.cz

**REJSTŘÍK
FIREM**



**POPAI
AWARDS**



fajnýdizajn

Creative & DTP studio

FAJNÝ DIZAJN s.r.o.

Adresa: Na Pouskách 109, 267 18 Bubovice

Telefon: +420 774 491 622

E-mail: info@fajnydizajn.cz

Web: www.ondrejbalajka.cz

Cheil

Cheil GmbH Germany, pobočka Praha.

Retailová a digitální marketingová agentura

Adresa: V parku 2308/8

Telefon: +420 778 748 708

E-mail: j.dobias@cheil.com

Web: shoptect.com

REJSTŘÍK FIREM



POPAI
AWARDS

Mondelez International SNACKING MADE RIGHT

Mondelez Czech Republic s.r.o.

Mondelez International je jedním z největších výrobců cukrovinek a pečených produktů na světě. Zaměstnává 80 tisíc lidí a umožňuje spotřebitelům ve více než 150 zemích světa vychutnávat snacky správným způsobem. Mezi jeho nejnámější globální značky patří čokolády Milka, Cadbury a Toblerone, sušenky Oreo, LU a belVita (na lokálním trhu známé jako BeBe Dobré ráno) a bonbóny a žvýkačky Halls a Trident. Do portfolia produktů na českém a slovenském trhu dále patří značky Opavia Zlaté, Brumík, Fidorka, Figaro, Kolonáda, Miňonky, Tatranky nebo TUC.

Kontaktní osoba: Dominika Brejchová | Táňa Prachařová
Telefon: +420 296 380 127 | +420 778 968 698
E-mail: Dominika.Brejchova@mdlz.com | tana.pracharova@mdlz.com

Adresa: Karolinská 661/4, 186 00 Praha
Web: www.mondelezinternational.com

MORIS DESIGN

MORIS design s.r.o.

MORIS design je jedním z lídrů v in-store designu. Navrhuje, vyrábí a realizuje na klíč retailové interiéry, produktové stojany, POS materiály, branding a další prostředky na podporu prodeje. Zaměřuje se na sériovou výrobu a na náročné komplexní projekty. Ve vývojovém centru, designovém studiu, velkokapacitní truhlárně, výrobě a v servisních týmech po celé ČR dnes pracuje 140 zaměstnanců. MORIS design exportuje do 45 zemí.

Adresa: Tiskařská 4, 108 00 Praha 10
Telefon: +420 222 512 231
E-mail: moris@moris.cz
Web: www.moris.cz



paketo.one

Paketo.one

Paketo.one, divize zakázkové výroby z vlnité a hladké lepenky české společnosti Paketo group s.r.o., založené již v roce 1995, se dlouhodobě pyšní vysokou profesionalitou technologického zpracování kartonových obalů a POS/ POP materiálů. Na českém trhu je značka Paketo.one zavedeným dodavatelem kartonových obalů a POS/POP materiálů. Společnost prošla během let dynamickým vývojem - od výroby malých, několika kusových zakázek až po nyníjší moderní sériovou výrobu zaměřenou na kartonové prodejní stojany s digitálním potiskem. Neustálá investice do nových technologií výroby umožňuje Paketo.one nabízet výrobu obalů a POS/POP materiálů jak menším, tak velkým firmám a obchodním řetězcům. Kromě neustále se modernizujícího technologického zázemí se Paketo.one zaměřuje i na hledání nových možností v oblasti konstrukce kartonových prodejních stojanů. Na základě mnohaletých zkušeností a zaměření se na konkrétní požadavky zákazníků nabízí společnost profesionální přístup a pomocnou ruku všem svým zákazníkům.

Adresa: Dolní Jasenka 279, 755 01 Vsetín

Telefon: +420 573 034 165

E-mail: info@paketo.one

Web: www.paketo.one



Plzeňský Prazdroj

Plzeňský Prazdroj, a.s.

Plzeňský Prazdroj založili a postavili společnými silami právozáreční 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.

Adresa: U Prazdroje 64/7, 30100 Plzeň

Telefon: +420 377 061 111

E-mail: info@prazdroj.cz

Web: www.prazdroj.cz

Plzeňský Prazdroj Slovensko, a.s.

Ako jeden z najlepších pivovarov na Slovensku ponúkajúci skvelé produkty od roku 1967 sme sa stali súčasťou rodiny, ktorá má hlbšie korene. Stála pri zrode nášho piva. Do našej pivnej rodiny tak patria okrem slovenských značiek Šariš, Smädný mních a Topvar aj značky Plzeňského Prazdroja, ktoré okrem Pilsner Urquellu tvoria aj skvelé piva Gambrinus, Radegast, Velkopopovický Kozel a nealkoholické pivo Birell, ktoré dopĺňajú aj jeho ochutené varianty. Ďalšími alkoholickými nápojmi Plzeňského Prazdroja sú obľúbené cidery Frisco. Zárukou kvality sú okrem poctivého výberu surovín aj rokmi preverená receptúra a tradičné umenie našich sládkov.

Adresa: Pivovarská 9, 082 21 Veľký Šariš

Telefon: +421 850 111 258

E-mail: prazdroj@asahibeer.sk

Web: www.prazdroj.sk

REJSTŘÍK FIREM



POPAI
AWARDS



POS Media Group

POS Media je mediální a marketingová agentura, která před 20 lety přinesla na trh nový přístup k retailovým médiím, která pro své klienty spravuje dodnes. V současné době působí POS Media v 7 zemích Evropy a svým klientům poskytuje, kromě zmíněných médií, komplexní služby v rámci BTL marketingu. V portfoliu je tak stále POS mediální prostor, dále kreativa, produkce, instalace, merchandising, eventy, promo / hostesky, digitální LED panely včetně správy obsahu, správa sociálních médií a tvorba influencer kampaní. Nejnovější řešení, které mohou klienti v současné chvíli využít je komplexní řešení experiential marketingové kampaně či propagace Online-to-Offline, které zefektivňují využití finančních prostředků vložených do kampaně.

Adresa: Budějovická 778/3, 140 00 Praha 4

Telefon: +420 261 198 801

E-mail: info@posmedia.cz

Web: www.posmedia.cz

pro boston

Proboston

Jsmo ryze česká strategicko-kreativní reklamní agentura. Na trhu působíme již přes 12 let. Našimi hlavními klienty jsou mobilní operátoři T-Mobile a Kaktus, pojišťovna právní ochrany D.A.S., Lesy ČR, Jupí sirupy, Sberbank, Pinko a další.

Adresa: Plzeňská 1270/97, 150 00 Praha 5, Košíře

Telefon: +420 725 308 706

E-mail: daniela.matousu@proboston.net

Web: www.proboston.net



REXY s.r.o.

Tvoříme interiéry! Jsme full-servisová retailová agentura, známe prostředí obchodních center i potřeby obchodních řetězců a značek. Zajišťujeme kompletní dodávku komerčních interiérů – od návrhu přes design, projektovou dokumentaci včetně povolení úřadů, výrobu a dodávku nábytku, projektový management až po koordinaci kompletní dodávky včetně stavby, technologií a IT helpdesk.

Adresa: Zdikovská 15, Praha 5

Telefon: +420 607 900 896

E-mail: eva.zajicova@digixperience.cz

Web: www.rexy.cz

REJSTŘÍK FIREM



POPAI
AWARDS



SVETELNÁ REKLAMA & INSTORE SOLUTIONS

Ross s.r.o. / Ross CZ s.r.o.

Filozofií společnosti Ross s.r.o. je poskytnout klientům produkty na podporu prodeje, světelnou reklamu a komplexní řešení prodejního místa včetně komplexního návrhu technického a designového řešení. Tyto produkty splňují nejvyšší požadavky uživatelů a pomáhají zvýšit prodej koncovému zákazníkovi. Naše portfolio obsahuje světelné reklamy, 3D plastické nápisy, interiérovou reklamu, LED displeje, digital signage, citylights, totemy a pylony, markýzy a terasy, bannery a bigboardy, tabule a štíty, A-stojany, prezentační stolky, regály, stojany a displeje, POP produkty, speciální projekty a komplexní realizace interiérů prodejen. Vše s uplatněním 30-letých zkušeností a patřiční zárukou.

Adresa: Ross s.r.o., Hollého 205/52, 015 01 Rajec, Slovensko
Ross CZ s.r.o., Husinecká 19, 130 00 Praha 3, Česká republika

Telefon: +421 905 561 600

E-mail: mhodas@ross.sk

Web: www.ross.sk



SÁRA, s.r.o.

Jsmo POS továrna. Navrhujeme a vyrábíme POS materiály z plastu, kovu a dřeva. Realizujeme kompletní interiéry POS. Více než 1000 standardních produktů nabízíme v našem e-shopu. V profesionálním Design Studiu připravujeme další 3D návrhy zakázkových řešení. Téměř 30letou zkušeností v oboru a členstvím v POPAI Central Europe zaručujeme vysoké standardy v kvalitě zboží i služeb.

Adresa: Freyova 1/12, Praha 9

Telefon: +420 777 56 56 05

E-mail: info@sara.cz

Web: www.sara.cz



ZALOŽENO 1991 30. VÝROČÍ

SPEED PRESS Plus a.s. - reklamní a dárkové předměty

Společnost SPEED PRESS Plus a.s. - reklamní a dárkové předměty, již 30 let je svým klientům partnerem a specialistou v oblasti reklamních a dárkových předmětů s potiskem. Navrhuje svým zákazníkům komplexní řešení a tím jim šetří i čas. Do svých nápadů vkládá kreativitu, emoce, radost a proaktivní přístup. Společnost je přímo napojena na výrobní závody nejen na dálném východě, přes které realizuje výrobu na zakázku, do které efektivně vkládá nejpřesnější otisk svých klientů. Disponuje vlastním výrobním a skladovým zázemím v Libušíně u Kladna. V portfoliu v současnosti nabízí 85 000 skladových předmětů. Za její práci hovoří realizace, reference klientů a ocenění na prestižních soutěžích. Ráda své klienty inspiruje také ve své vzorkovně s 8 900 předměty na ploše 460 m². Je držitelem certifikátu ISO 9001:2015. Oceněná značka SPEED PRESS + v programu Czech Superbrand. Výrobce samolepicích bločků SPEED-IT. Disponuje vlastními digitálními tiskovými technologiemi, na textil i 3D předměty, které umožňují plnobarevnost a možnost personalizace již od jednoho kusu. A také speciálním kruhovým laserem 360°, dále i běžnými technologiemi jako je tampon tisk, sítotisk, transfer, výšivka, ražba a sublimační tisk.

Adresa: Freyova 8 - Praha 9

Telefon: +420 234 140 111

E-mail: obchod@speed-press.cz

Web: www.speed-press.cz



Sprint Trading s.r.o.

Jsme jedním z předních výrobců 3D reklamních předmětů a POP/POS řešení. Vyrábíme pro Vás kreativní propagační předměty na míru Vaším přáním. Vyrobité pro Vás obrovskou škálu propagačních předmětů - dárky pro věrnostní kampaně, přibaly, luxusní dárky klientům, POP/POS předměty, atd. Rádi Vám poradíme i s grafickým designem. V rámci našich šesti divizí získáte komplexní, ucelenou nabídku pod jednou střešou: 3D reklamní předměty, výroba kartonových POP/POS prostředků, prezentační systémy, vakuové tvarování, velkoplošný a maloplošný tisk i textilní výroba. Naší nedílnou součástí je samozřejmě konstrukční a vývojové oddělení. Naší doménou je kreativita, neustálé hledání novinek, inovace a zjednodušování řešení. Patříme v oboru stále ke špičce i díky investicím do vlastního technologického centra - výzkum, inovace, výroba. Jako výrobci Vám poskytujeme profesionální servis, inovaci, přímou komunikaci, kvalitu a konkurenční ceny. Adresa: Praha, Ostrava, Bratislava, Guangzhou

Adresa: Netlucká 549/5a, 107 00 Praha 10 - Dubeč

Telefon: +420 597 317 800

E-mail: info@sprint-trading.eu

Web: www.sprint-trading.eu



THIMM Group

Společnost THIMM Group je vedoucím poskytovatelem řešení pro obaly a distribuci zboží. Portfolio řešení zahrnuje přepravní a prodejní obaly z vlnité lepenky, kvalitní prodejní stojany (displeje), obalové systémy z materiálových kombinací a tiskové produkty pro další průmyslové zpracování. Inovativními a udržitelnými řešeními pomáhá společnost THIMM svým zákazníkům se na trhu odlišit a individualizovat. Rodinný podnik ve své Vizi udržitelnosti 2030 předvídá ekonomické, ekologické a sociální výzvy a řeší je. Skupina THIMM si dává za cíl nabízet zákazníkům vždy to nejlepší řešení. Tato silná orientace na zákazníka je hnacím motorem inovační síly a průkopnického ducha společnosti. Za tímto účelem důsledně investuje do rozvoje přítomnosti na trhu a do průkopnických technologií. Rodinný podnik založený v roce 1949 zaměstnává v současné době více než 3 300 zaměstnanců v 21 závodech v Německu, Francii, Polsku, Rumunsku a Česku a v roce 2020 dosáhl ročního obrátu přes 605 milionů eur.

Adresa: U Nádraží 498, Všetaty

Telefon: +420 602 247 103

E-mail: leos.maslo@thimm.cz

Web: www.thimm.cz



upba

up brand activation, s. r. o.

Zprostředkováváme zážitky se značkami.

Adresa: Porážka 206/4

Telefon: +420 543 237 293

E-mail: info@upagency.cz

Web: www.upba.cz



**WELLEN
RETAIL
EXPERIENCE**

WELLEN RETAIL EXPERIENCE

Jsme RETAILOVÁ komunikační agentura. Vytváříme komplexní prodejní 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 prodejního prostředí, přes kreativní a digitální řešení, až po in-house výrobu a finální instalaci. Věříme, že prostřednictvím efektivní a cílené komunikace s přímým zásahem v místě prodeje můžeme našim zákazníkům pomoci vybudovat silnou a úspěšnou značku.

Adresa: WELLEN a.s., Čerpadlová 991/4a, 190 00 Praha 9

Telefon: +420 270 004 040

E-mail: info@wellen.cz

Web: www.wellen.cz





POP AI DAY 2021

GENERÁLNÍ PARTNER



AKCE JE POŘÁDÁNA
VE SPOLUPRÁCI
S AGENTUROU
UP BRAND ACTIVATION S.R.O.



HLAVNÍ PARTNEŘI



PARTNEŘI



ODBORNÍ PARTNEŘI



SPONZOŘI



HLAVNÍ MEDIÁLNÍ PARTNER



MEDIÁLNÍ PARTNEŘI

