POPAI
PART OF THE shopi GLOBAL NETWORK
CENTRAL EUROPE

KATALOG EXPONÁTŮ

SOUTEŽ O NEJLEPŠÍ PROSTŘEDKY A SYSTÉMY KOMUNIKACE V MÍSTĚ PRODEJE

POPAI AWARDS 2024

Authentica, s.r.o. 14, 25, 26, 40, 55, 58, 59, 80, 86, 89, 97, 132

AV MEDIA SYSTEMS, a.s. 131, 132

BRAND CONCEPT s.r.o. 93, 96, 133

Coca-Cola HBC Česko a Slovensko, s.r.o. 15, 71, 129, 133

DAGO s.r.o. 17, 18, 19, 20, 21, 32, 33, 34, 49, 54, 81, 99, 100, 134

Eclipse Print a.s. 12, 38, 134

Ferratt International Czech s.r.o. 51, 135

Cheil Czech 66, 67, 115, 124, 135

King Art POS s.r.o. 41, 87, 101, 136

KNOWINSTORE s.r.o. 13, 24, 50, 57, 116, 136

LOGIK 61, 63, 64, 137

Mondelez Czech Republic s.r.o. 104, 137

Moris design s.r.o. 9, 30, 31, 48, 53, 65, 70, 109, 110, 111, 112, 113, 114

MORIS design s.r.o. 138

Orkla Foods Česko a Slovensko, a.s. 121, 138

Pivovary Staropramen 88, 139

Plzeňský Prazdroj, a.s. 39, 42, 76, 108, 120, 139

POS Media Czech Republic, s.r.o. 6, 7, 8, 16, 27, 28, 29, 45, 46, 47, 52, 60, 72, 73, 98, 103, 122, 123, 127, 140

RD Present s.r.o. 91, 140

Ross s.r.o. 74, 107, 118, 128, 141

SPEED PRESS Plus a.s. 69, 92, 141

SPRINT TRADING s. r. o. 10, 11, 22, 23, 35, 36, 37, 43, 44, 56, 62, 75, 77, 82, 83, 90, 125, 142

THIMM 78, 84, 85, 94, 95, 105, 143

UGO! Media, s.r.o. 4, 5, 68, 102, 130, 143

UPBA 126, 142

VAFO PRAHA, s.r.o. 79, 106, 117, 144

WELLEN a.s. 119, 144

ŠKODA MOTORSPORT PODESTA

1

Zadavatel: Škoda Auto a.s.
Přihlašovatel: UGO! Media, s.r.o.
Autor: UGO! Media, s.r.o.
Materiály: kov, dřevo, umělá šotolina, umělá tráva, elektronika
Použití: Škoda Auto prezentuje své vozy již několik let svým zákazníkům z celého světa prostřednictvím pódiového vystavení na Letišti Václava Havla Praha. S novým vizuálním stylem dochází k postupné přeměně prezentace značky Škoda.

Součástí Škoda Auto je i samostatná divize Motorsport, pro kterou jsme připravili originální vystavení s prvky terénu, ve kterých se speciály Škoda běžně pohybují. Šotolina a tráva včetně podkladu podléhají bezpečnostním podmínkám L.V.H. Praha. Infomace o vystaveném modelu, celé skupině Škoda Motorsport, dalších modelech společnosti a 130leté historii značky Škoda Auto se prezentují na 55" dotykovém kiosku, který je nedílnou součástí každého vystavení všech modelů na L.V.H. Praha. Pro zkrácení času jsou připraveny aktivity jako PEXESO s modely vozů Škoda a nově Kvíz – poznejte světla. Vzdálená správa všech kiosků je naším naprostým standardem.

INOVATIVNÍ CYKLOTRENAŽÉR PRO ŠKODA AUTO

2

Zadavatel: Škoda Auto a.s.
Přihlašovatel: UGO! Media, s.r.o.
Autor: UGO! Media, s.r.o.
Materiály: sportovní přístroje a elektronika
Použití: Škoda Auto je dlouholetý hlavní partner Tour de France. Spojení této aktivity s elektromobilitou dalo vzniknout myšlence putovní indoorové aktivity pro širokou veřejnost. Pomocí Virtual Bike je prezentována Škoda Auto nejen jako partner Le Grand Tour, ale i jako výrobce vysoce hodnocených plně elektrických vozů.

Pro Škoda Auto jsme vyvinuli unikátní cyklotrenažér, který přináší zábavnou formou udržitelnost do světa mobility. Tento interaktivní trenažér simuluje proces dobíjení baterie elektromobilu. Uživatelé mohou nejen soutěžit mezi sebou, ale i proti virtuálnímu jezdci. Celý zážitek je navržen tak, aby propojením fyzické aktivity a technologií podpořil povědomí o elektromobilitě a přinesl zábavu pro všechny věkové kategorie. Škoda Virtual Bike se stal při každém vystavení jednou z nejoblíbenějších aktivit návštěvníků.

MELODY SHOP-IN-SHOP CHUPA CHUPS

3

Zadavatel: Perfetti Van Melle Czech Republic, s.r.o.
Přihlašovatel: POS Media Czech Republic, s.r.o.
Autor: POS Media Czech Republic, s.r.o.
Materiály: Vlnitá lepenka a voština, čirý plast a forex, světla, reálná disco koule.
Použití: In-store vystavení v hypermarketech Albert. Podpora soutěže a zvýšení Brand Awareness.

Světla, kamera, klapka, jedeme! Přiblížit atmosféru „prken, co znamenají svět“, upozornit na probíhající soutěž a samozřejmě atraktivním způsobem prezentovat produkt – to všechno bylo cílem vystavení pro značku Chupa Chups. Cílovou skupinou jsou v tomto případě především teenageři, případně mladí dospělí, a tomu odpovídá i design shop-in-shopu.
Výrazné barvy přitahují pozornost. Světla ramp, stage i typická konstrukce odkazují na hudební vystoupení, která jsou ostatně i podstatou soutěže, na níž mělo být upozorněno. Součástí vystavení je samozřejmě i portfolio produktů Chupa Chups. Konstrukce shop-in-shopu byla vytvořena z vlnité lepenky a voštiny, předsazené prvky na pódiu byly potom realizovány z čirého plastu a forexu. Aby byl dojem co nejpůsobivější, byl shop-in-shop doplněn o světla, která shora nasvěcují disco kouli. Odraz světla pak vytváří jedinečný efekt a poutá pozornost zákazníků.

KVETOUCÍ SHOP-IN-SHOP GEISHA

4

Zadavatel: DAINTIES 4U s.r.o.
Přihlašovatel: POS Media Czech Republic, s.r.o.
Autor: POS Media Czech Republic, s.r.o.
Materiály: Voština, umělý strom, dřevo a tenká překližka, loga byla natištěná na čirém plexy.
Použití: In-store vystavení v hypermarketech Albert. Zvýšení Brand Awareness

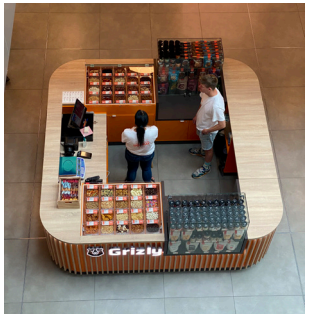
Vítejte v Japonsku! Atmosféru kouzelné zahrady v japonském stylu navozuje shop-in-shop vytvořený pro značku Geisha. Právě ona typická růžová, která je pro oblíbené čokolády charakteristická, se v kombinaci s japonskými motivy promítla i do podoby imagového shop-in-shopu, který dokázal zaujmout zákazníky už zdálky.
Jedinečné kulaté tvary dodávají shop-in-shopu originální vzhled a růžová barva vynikající visibilitu. Jeho dominantou je potom mostek v tradičním japonském stylu doplněný motivem rozkvetlé sakury, která se objevuje jak v podobě umělého stromu, tak v podobě podlahové grafiky, která plynule pokračuje do shop-in-shopu. Vzhledem k tomu, že bylo potřeba zajistit značnou pevnost a stabilitu složité konstrukce, spodní část shop-in-shopu byla vyrobena z voštiny. Oproti tomu horní konstrukce působí velmi křehce a realisticky díky mostu z pravého dřeva a tenké překližky, to celé doplněné o umělou sakuru. Elegantní a moderní prvek potom do vystavení dodávají loga natištěná na čirém plexiskle.

SHOP-IN-SHOP KUCHYŇKA KNORR

5

Zadavatel: UNILEVER ČR, spol. s r. o.
Přihlašovatel: POS Media Czech Republic, s.r.o.
Autor: POS Media Czech Republic, s.r.o.
Materiály: Vyrobeno z voštiny, tento materiál byl vybrán díky své vysoké nosnosti a také pro schopnost věrně imitovat reálnou kuchyni. Voštinové desky byly pečlivě nařezány na jednotlivé části a poté slepeny dohromady, podobným postupem, jakým se sestavuje skutečná kuchyně.
Použití: In-store vystavení v hypermarketech Albert. Zvýšení Brand Awareness. Představení nového produktu.

Vkusná moderní kuchyně, která na vás uprostřed hypermarketu dýchne domáckou atmosférou a probudí chuť na čerstvě uvařené jídlo? Shop-in-shop Knorr to dokáže. Jeho ztvárnění odkazuje na značku, coby tradičního výrobce dochucovadel, bujónů a dalších produktů, které naleznou své uplatnění v každé kuchyni. Při tvorbě shop-in-shopu se designéři inspirovali atmosférou domácí kuchyně, takže jeho součástí je dokonce i malý sporák a nádobí. Velká pozornost byla věnována detailům, tak aby byl zážitek a vjem co nejautentičtější. Četné poličky v kuchyni jsou naplněny produkty značky Knorr, čímž je zákazníkům představeno široké portfolio značky v „přirozeném" prostředí a je tak podpořena touha po nákupu. Kromě představení produktů je zároveň posilováno povědomí o tom, že Knorr je nedílnou součástí každé kuchyně.



GRIZLY – KIOSEK 3 x 3 m

6

Zadavatel: CALBUCO s.r.o.
Přihlašovatel: Moris design s.r.o.
Autor: Moris design s.r.o.
Materiály: Lamely, dřevo, DTD-L, HPL, MDF,ocel, plast
Použití: Prodejna: Nová Karolína - Ostrava
Instalace: 25.08.2024

Grizly je český výrobce, působící na trhu od roku 2015. Námi navržená vnitřní skladba kiosku, byla uzpůsobena potřebám klienta. A to konkrétně k maximalizaci uzamykatelných zásob. Obložení lamelami š20xh40 dub, sklopné sklo překrývá více nádob najednou, LED logo, vnitřní výklopná deska.

STOJAN SNICKERS CREAMY

7

Zadavatel: Mars Czech s. r. o.
Přihlašovatel: SPRINT TRADING s. r. o.
Autor: SPRINT TRADING s. r. o.
Materiály: Karton
Použití: In-store stojan pro vystavení zboží v místě prodeje

V rámci podpory uvedení novinky Snickers Creamy na český a slovenský trh jsme vytvořili stojan, který dokázal skloubit kreativu a funkčnost. Jednalo se o generickou komunikaci novinky, která nebyla navázaná na žádnou spotřebitelskou soutěž.

Stojan je rozdělen do dvou částí. Pravá část stojanu je vyhrazená pro vyskládání produktů. V levé části je vyobrazen velký 3D model obalu Snickers Creamy a také zvětšenina tyčinek, které se nacházejí uvnitř. Čokoláda je velmi impulsní a tímto jsme spotřebitelům chtěli přiblížit, jak produkt uvnitř vypadá, umožnit nahlédnout pod obal a vidět jednotlivé vrstvy tyčinky po rozkousnutí.

PALETÍ M&Ms MARVEL SCREENTIME

8

Zadavatel: Mars Czech s. r. o.
Přihlašovatel: SPRINT TRADING s. r. o.
Autor: SPRINT TRADING s. r. o.
Materiály: Karton, Kappa
Použití: In-store paletí pro vystavení zboží v místě prodeje

Díky partnerství mezi společností Mars a Disneylandem vznikl unikátní koncept promoce, ve které měli spotřebitelé možnost vyhrát zájezd do Disneylandu v Paříži. Značka M&M´s dlouhodobě cílí na mladé spotřebitele a usiluje o to, aby byly produkty M&M´s jejich první volbou, když tráví okamžiky se svými blízkými. Například při sledování televize, v kině nebo třeba když jsou na cestách s rodinou nebo přáteli.

Paletové vystavení se skládá z ohrádky a oboustranné kreativní nadstavby, která zajišťuje dobrou viditelnost na prodejní ploše, ať už zákazník přijde ze kteréhokoli směru. Dominantním prvkem je vesmírná loď ve stylu Marvel, která dodává celému konceptu na originalitě a vystupuje do prostoru.

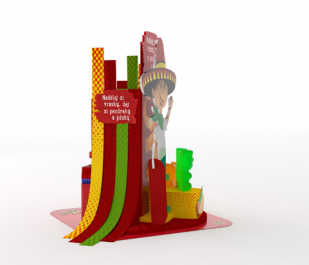
Vystavení dobře vyvažuje věčné dilema, kdy hledáme ideální poměr mezi kreativou a možností umístit na vystavení dostatečné množství produktů.

FISH DISPLAY

Zadavatel: Podravka d.o.o.
Přihlašovatel: Eclipse Print a.s.
Autor: Eclipse Print a.s.
Materiály: vlnitá lepenka, karton, plexi
Použití: Paletové POS vystavení v místě prodeje

Paletové vystavení, kombinující karton a plast

9



MINI SHOP IN SHOP - PEDRO

Zadavatel: The Candy Plus Sweet Factory, s.r.o.
Přihlašovatel: KNOWINSTORE s.r.o.
Autor: KNOWINSTORE s.r.o.
Materiály: EB vlna, E vlna, voština, polystyren, PVC
Použití: Moderní trh CZ

Projekt „Pedro Mini SIS“ propojuje dynamiku sportu s nezaměnitelnou chutí produktů Pedro, které dodávají energii dětem například při jejich sportovních aktivitách. Vystavení zdůrazňuje oblíbené produkty, jako jsou pendreky a kyselé pásky, které ocení každý mladý sportovec. Myšlenka kampaně se točí kolem příběhu panáčka Pedra, který nevyhrál skateboardovou soutěž, kde zvítězili gumoví medvídci. Ale místo smutku přichází optimistická výzva: „Nedělej si vrásky, dej si pendreky a pásky!“ Tento hravý a motivující příběh inspiruje děti k úsměvu a dalším výkonům.

10

LINDT VÁNOČNÍ VYSTAVENÍ

11

Zadavatel: Lindt & Sprüngli (CEE) s.r.o.
Přihlašovatel: Authentica, s.r.o.
Autor: Authentica design
Materiály: karton, zlatá plastová mašle, medvěd ze sklolaminátu vč. Povrchové úpravy, polštář šitý na míru s vnitřním vkladem z molitanu
Použití: podpora prodeje

Vánoční vystavení Lindt podtrhuje prémiovost značky. Zadavatele zaujal designový návrh a nápad s lavičkou pro využití fotokoutku i celková koncepce samotného vystavení včetně využití mašlí a vánočních dárků.
Vystavení se vyrábělo pro prodejny ve střední Evropě a bylo potřeba navrhnout různé velikosti provedení podle velikosti samotných prodejen. Některé vystavení byly doplněny i podlahovou samolepkou.
Nejsložitější bylo vymyslet uchycení 60 cm medvěda ze sklolaminátu na lavici a na zadní opěrnou část lavice, ale i s tím si konstruktéři nakonec poradili na výbornou.

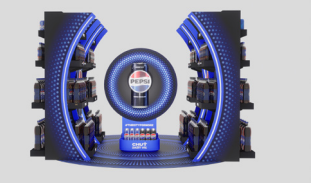
PERMANENTNÍ STOJAN COKE & MEAL

12

Zadavatel: Coca-Cola HBC Česko a Slovensko, s.r.o.
Přihlašovatel: Coca-Cola HBC Česko a Slovensko, s.r.o.
Autor: Coca-Cola HBC Česko a Slovensko, s.r.o. ve spolupráci s Markétou Čichovskou
Materiály: lamino, plexisklo
Použití: Exponát byl součástí integrované kampaně Coke & Meal, jejíž cílem bylo propojení konzumace chlazeného nápoje Coca-Cola s konzumací jídla. Návrh byl pořízen pro vystavení produktů 1L PET Coca-Cola a Coca-Cola ZERO ke zvýšení jejich prodeje. Permanentní stojan byl využit v rámci kampaně připravené pro moderní trh v řetězci Tesco a perfektně doplňoval dominantní vystavení v podobě paletového ostrova.

Konstrukce permanentního stojanu je navržena z lamina.

Součástí stojanu je:
- holofan, který zajišťuje komunikaci prostřednictvím promítaných videí ukazujících moment spotřeby nápoje a konzumaci jídla
- logo Coca-Cola řezané laserem z plexiskla ke zvýšení visibility brandu



PULSUJÍCÍ SVĚTELNÝ SHOP-IN-SHOP PEPSI

13

Zadavatel: KMV BEV CZ s.r.o.
Přihlašovatel: POS Media Czech Republic, s.r.o.
Autor: POS Media Czech Republic, s.r.o.
Materiály: Kombinace vlnité lepenky, voštiny a plastu, zabudovaná světla, středový prvek s plechovkou.
Použití: In-store vystavení v hypermarketech Albert. Zvýšení Brand Awareness. Představení nového loga.

Pulsující světla a efekt evokující vlny v pohybu – tak by se dal charakterizovat shop-in-shop vyrobený pro značku Pepsi. Jde o inovativní vystavení, v němž světelné propojení vytváří dynamický vizuální zážitek. Ten jednak přitahuje pozornost zákazníků a jednak podtrhuje moderní a energický charakter značky Pepsi.

Důležitou součástí shop-in-shopu byl i záměr představit novou identitu značky, kde je středovým prvkem plechovka s dominantním logem a elektrizujícími pulsy. Pulsující LED světla pak dotvářejí dojem šířících se vln, a povyšují ho na jakýsi středobod vystavení a poutají k němu pohledy kolemjdoucích. Konstrukce je kombinací vlnité lepenky, voštiny a plastu. Důležitou charakteristikou shop-in-shopu je jeho variabilita, která umožňuje přizpůsobit ho podmínkám konkrétního obchodu.

SHOP-IN-SHOP BIRELL ACTIVE SK

14

Zadavatel: Plzeňský Prazdroj Slovensko, a. s.
Přihlašovatel: DAGO s.r.o.
Autor: DAGO team
Materiály: karton
Použití: prodejny HM Tesco SK

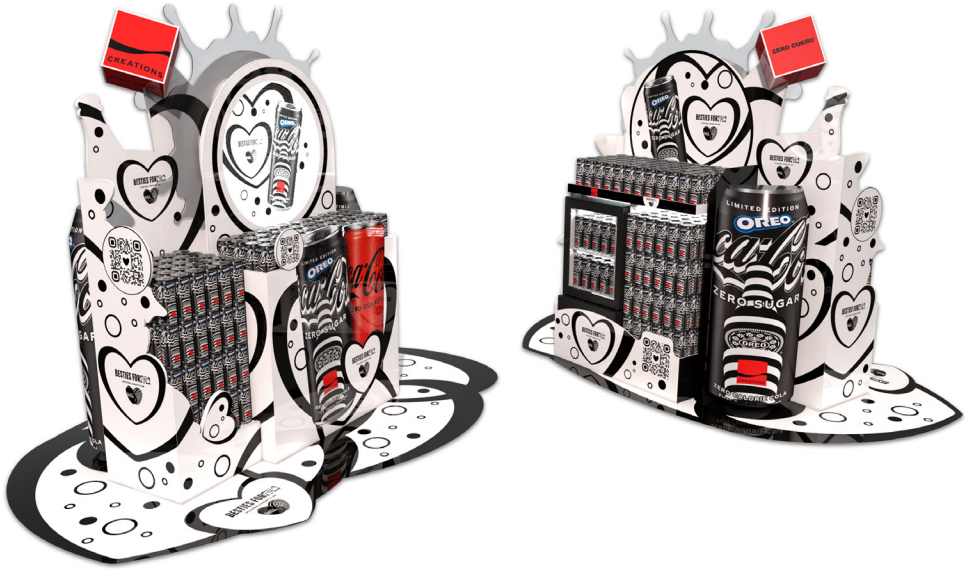
Během vytváření designu POP média pro novinkovou řadu Active značky Birell jsme se co nejvíce zaměřili na přenesení dynamičnosti a energie na prodejní plochu. Pracovali jsme především s produktem Birell Active Pomelo & Grep s kofeinem. Tato citrusová hero varianta je vůbec nejoblíbenější příchutí brandu a navíc prvky ovoce se díky přirozené barevnosti nápaditě zapracovaly do vzhledu vystavení. Právě ovocnou hravost, chuť a čerstvost jsme akcentovali top cool energickým komponentem, a to vodními tubusy, které neuniknou pozornosti nakupující nejen zásluhou cirkulujících bublinek, ale zejména efektivním prosvícením nepřehlédnutelného prvku vodní stěny. Právě tento částečně zkrocený živel tak láká nikoliv jen zrakové, ale i chuťové smysly spotřebitelů. Přiliv čerstvosti a živosti jsme doplnili obřím provedením plechovky, která navazuje na prostor pro dostatečnou zásobu produktů samotných. Tak jako Birell Active, i naše vystavení poskytuje skvělé osvěžení s něčím „navíc“.

SHOP-IN-SHOP COCA-COLA & MARVEL

15

Zadavatel: Coca-Cola HBC Česko a Slovensko, s.r.o.
Přihlašovatel: DAGO s.r.o.
Autor: DAGO team
Materiály: karton, psh, lednice
Použití: prodejny Albert ČR

Oblíbení hrdinové jsou opět zpět na Zemi a díky poutavým realizacím, které jsme navrhli a vyrobili, je mohli nakupující obdivovat i v obchodech. Hlavním cílem bylo vytvořit interaktivní prostor, který přitáhne pozornost zákazníků a vtáhne je do světa Marvelu. Fanoušci jsou nejen pobízeni ke koupi produktu, ale především k zařazení do soutěže. V ní mohou milovníci superhrdinů vyhrát skutečně epický zážitek, a to zájezd do Marvel Avengers Campusu v pařížském Disneylandu. Kartonový shop-in-shop v červené barvě, která typicky patří oběma značkám, oslavuje propojení obou ikon. Stěžejním prvkem vystavení jsou nepochybně nepřehlédnutelní superhrdinové, dominantní prostor si však také zabírá kruhové podium s logem Avengers, které zároveň slouží jako prostor pro zásobu produktů. Spotřebitelé mohou shlédnout originálního spot „The Heroes“ na LCD obrazovce nebo si vybrat oblíbený nápoj, a to i v chlazené variantě. Nechybí sólo pultík s QR kódem pro zapojení se do výše zmíněné soutěže.



PALETOVÉ VYSTAVENÍ COCA-COLA CREATIONS DESTINY ZERO

16

Zadavatel: Coca-Cola HBC Česko a Slovensko, s.r.o.
Přihlašovatel: DAGO s.r.o.
Autor: DAGO team
Materiály: karton, psh, lamino, plexi, holofan
Použití: supermarkety

Vznik limitované edice Coca Cola® Creations Destiny Zero Cukru byl inspirován silnými pouty, které dokáže vytvořit skutečné přátelství. Značky Coca-Cola a Oreo vytvořily tzv. „besties“ v neočekávaném, ale perfektním spojení. S velkým potěšením jsme se zhostili úkolu přenést kouzlo propojení nové nerozlučné dvojky na prodejní plochu. Navázali jsme na naši jarní realizaci první vlny Creations, která slavila hudební styl K-Pop. Tato permanentní vystavení jsme dokázali ekologicky přepracovat a kompletně rebrandovat pro nový projekt klienta. Živý, černobílý klíčový vizuál lehce prostupuje, rozpracovaný do detailů, celou realizací. Pozornost nakupujících samozřejmě získá hologram s reklamním spotem a poutavě nastavuje dynamickou vlnu. Ta spotřebitele navede na QR kód pro získání módu „Besties“ (hudební Sporify playlist pro nejlepší přátele) nebo je naláká na konzumaci nápoje z ledničky. Objevte hravost, lehkost a zábavu a nechte se tedy zlákat vytvářením zážitků napříč digitálním i fyzickým světem!

SIS PEPSI

17

Zadavatel: PEPSI-COLA SR, s.r.o.
Přihlašovatel: DAGO s.r.o.
Autor: DAGO team
Materiály: karton
Použití: Tesco a COOP Jednota na Slovensku

Naším posláním bylo atraktivně seznámit nakupující v prodejnách COOP Jednota a Tesco na Slovensku s kampaní národního proma značky Pepsi. V hlavní roli jsme představili nového logo oblíbeného nápoje, který je legendou mezi sycenými nápoji s příchutí koly. Velký důraz jsme také kladli na vizuálně zajímavě zpracování atraktivní spotřebitelské soutěže, v níž bylo možné vyhrát auto nebo headset pro virtuální realitu. Konstrukčně a prakticky jsme realizaci navrhli tak, abych bylo možné hlavní část shop-in-shopu, tj. hero stojan doplnit o další část s velkorysým prostorem pro produkty. Variabilně jsme tedy mohli nabídnout optimální typ POP média do dvou řetězců dle jejich kritérií. Ani tak jsme rozhodně neubrali na poutavosti a hravosti celého in-store vystavení.

SIS RED BULL SHOWRUN 2024 PRAHA

18

Zadavatel: RED BULL Česká republika, s.r.o.
Přihlašovatel: DAGO s.r.o.
Autor: DAGO team
Materiály: karton
Použití: prodejny Albert ČR

Red Bull, ikona výzev. Akce, napětí, adrenalin, rychlost. Překonání limitů, rekordů, a hlavně sebe samého. V tomto roce, po třech letech, se do České republiky vrátila formule, a to do Prahy v rámci akce Red Bull Shownrun. Náš DAGO tým měl tu čest se pomyslně postavit také na startovní čáru závodu, aby v rámci komunikace eventu na prodejních plochách připravil koncept setu různých druhů POP médií. Fanoušci motorsportu se mohli na nezapomenutelný zážitek, který jim zaručeně zrychlil tep, připravit již v obchodech. Dominantní shop-in-shop si cíleně klade jako nejvyšší cíl poskytnout závodníkům vysokou prodejní zásobu produktů. Převládajícím prvkem je samozřejmě model formule, která míjí význačné pražské památky – to vše je korunováno prosvětleným panelem propagujícím speciální logo eventu. Vystavení doplňujeme barvami brandu tak, abychom zákazníkovi přinesli jasné a čisté sdělení celé akce

19

COCA-COLA STOJAN XMAS SANTA VESNIČKA

Zadavatel: Coca-Cola HBC Česko a Slovensko s. r. o.
Přihlašovatel: SPRINT TRADING s. r. o.
Autor: SPRINT TRADING s. r. o.
Materiály: Karton, LED diody
Použití: In-store stojan pro vystavení zboží v místě prodeje

Vystavení Coca-Cola pro vánoční kampaň je vytvořeno s cílem přinést do obchodů magickou atmosféru Vánoc a podpořit myšlenku, že každý může být Santou.

Stojan a paleta v podobě malého domečku se Santou vyzařuje hřejivou vánoční atmosféru díky červené barvě a stylizovanému vánočnímu osvětlení. Na čele stojanu dominuje tradiční Santa Claus s lahví Coca-Cola v ruce, což okamžitě upoutá pozornost zákazníků.

Kampaň zahrnuje také spotřebitelskou soutěž, která zákazníkům umožňuje vyhrát exkluzivní zájezd do Santovy vesničky v Laponsku. Tento zájezd je hlavní výhrou, přičemž soutěžící mohou vyhrát i další atraktivní ceny v podobě Vánočního merch Coca-Cola.

20

COCA-COLA PALETÍ XMAS SANTA VESNIČKA

Zadavatel: Coca-Cola HBC Česko a Slovensko s. r. o.
Přihlašovatel: SPRINT TRADING s. r. o.
Autor: SPRINT TRADING s. r. o.
Materiály: Karton, LED diody
Použití: In-store paletí pro vystavení zboží v místě prodeje

Vystavení Coca-Cola pro vánoční kampaň je vytvořeno s cílem přinést do obchodů magickou atmosféru Vánoc a podpořit myšlenku, že každý může být Santou.

Stojan a paleta v podobě malého domečku se Santou vyzařuje hřejivou vánoční atmosféru díky červené barvě a stylizovanému vánočnímu osvětlení. Na čele stojanu dominuje tradiční Santa Claus s lahví Coca-Cola v ruce, což okamžitě upoutá pozornost zákazníků.

Kampaň zahrnuje také spotřebitelskou soutěž, která zákazníkům umožňuje vyhrát exkluzivní zájezd do Santovy vesničky v Laponsku. Tento zájezd je hlavní výhrou, přičemž soutěžící mohou vyhrát i další atraktivní ceny v podobě Vánočního merch Coca-Cola.

PALETOVÝ DESIGN MARVEL

21

Zadavatel: Coca-Cola HBC
Přihlašovatel: KNOWINSTORE s.r.o.
Autor: KNOWINSTORE s.r.o.
Materiály: EB vlna, E vlna
Použití: Moderní trh CZ

Tento inovativní paletový design s rozměry 120 cm x 80 cm byl vytvořen s důrazem na vizuální atraktivitu a maximální efektivitu prezentace produktů přímo v místě prodeje. Kombinace dynamických prvků inspirovaných ikonickým světem Marvel zajišťuje okamžité upoutání pozornosti zákazníků, čímž podporuje spontánní nákupní rozhodnutí.
Paleta disponuje pevnou konstrukcí, která umožňuje bezpečnou a snadnou manipulaci při přesunu mezi prodejními prostory, přičemž její stabilní základ zajišťuje optimální uspořádání zboží. Kreativní vizuály a prostorově úsporný design jsou klíčovými prvky, které zajišťují, že tato paleta splňuje veškeré požadavky na moderní POS nosiče v konkurenčním prostředí.
Tento design, kromě technických kvalit, také skvěle ladí s obchodními potřebami, kdy díky své rozměrnosti a odolnosti přináší zvýšenou viditelnost značky a produktů, a to bez ohledu na velikost prodejny.

LIPTON PALETOVÉ VYSTAVENÍ

22

Zadavatel: KMV BEV CZ s.r.o.
Přihlašovatel: Authentica, s.r.o.
Autor: Authentica design
Materiály: vlnitá lepenka
Použití: in-store

Kartonové vystavení Lipton ledového zeleného čaje s příchutí jahoda na první dobrou upoutá zákazníkovu pozornost.

Design tohoto vystavení maximálně prezentuje chuť a touhu po osvěžení, proto je část stojanu ve tvaru velké jahody, která jakoby sedí na podstavě a je obklopena příjemnou zelenou barvou a lístky.

V rámci letních měsíců tato produktová prezentace podpořila prodej na tradičním trhu.

ROCKSTAR STOJAN

23

Zadavatel: KMV BEV CZ s.r.o.
Přihlašovatel: Authentica, s.r.o.
Autor: Authentica design
Materiály: vlnitá lepenka
Použití: in-store

Stojan Rockstar je určen pro impulsní nákupy na obchodech a čerpacích stanicích. Konstrukce byla navržena tak, aby bylo možné brát výrobky ze třech stran. Inspirací pro design stojanu byl hlavní symbol značky a tím je hvězda, díky které vznikly různě zkosené tvary i uložení zboží.

OVOCNÝ SHOP-IN-SHOP STAROPRAMEN COOL+

24

Zadavatel: Pivovary Staropramen s.r.o.
Přihlašovatel: POS Media Czech Republic, s.r.o.
Autor: POS Media Czech Republic, s.r.o.
Materiály: Vlnitá lepenka a voština.
2D a 3D prvky z Forexu a Kapa desek.
Použití: In-store vystavení v hypermarketech Albert.
Zvýšení Brand Awareness. Představení novinek.

Shop-in-shop pro značku COOL+ už na první pohled probouzí touhu otevřít orosenou plechovku a zhluboka se napít osvěžujícího drinku. Zářivě oranžová barva v kombinaci se šťavnatým ovocem, které shop-in-shop charakterizují, dokonale vyhovují zadání, aby vystavení bylo výrazně barevné a mělo nadprůměrnou visibilitu.
Ústředním prvkem shop-in-shopu jsou 3D imitace plechovek, přičemž motiv ovoce, který se na nich objevuje, se plynule „přelévá" do samotného vystavení i ořezové podlahové grafiky. Podlahová samolepka tak nejen dotváří design shop-in-shopu, ale zároveň k němu vede zákazníky. Konstrukce shop-in-shopu byla vyrobena z vlnité lepenky a voštiny, zatímco 2D předsazené prvky byly realizovány z Forexu a Kapa desek. Celé vyznění shop-in-shopu dokonale souzní s letní atmosférou, která asociuje prázdniny, grilovací sezónu a posezení na zahrádkách. Zkrátka dokonalá letní idyla, ke které COOL+ neodmyslitelně patří.

PALETOVÝ DESIGN STAROPRAMEN UEFA

25

Zadavatel: Pivovary Staropramen s.r.o.
Přihlašovatel: POS Media Czech Republic, s.r.o.
Autor: POS Media Czech Republic, s.r.o.
Materiály: Reálný míč a síť, logo z PVC desky a vrstvené vlny. Branková konstrukce je vyrobena z EB vlny a na jedné z tyčí je zvětšené vyobrazení produktu ze sendvičové desky KAPA.
Použití: In-store vystavení v hypermarketech Albert. Zvýšení Brand Awareness. Propojení brandu se zákazníky skrze fotbalovou UEFA.

Pivo a fotbal prostě patří k sobě! V dubnu spustil Staropramen kampaň „12. hráč“, která ukazovala, že fanoušci umí ocenit kvalitní pivo, a zároveň se tematicky vztahovala k blížícímu se mistrovství Evropy ve fotbale. Z těchto skutečností se vycházelo i při tvorbě paletového designu pro Staropramen. Bylo potřeba najít originální řešení, které bude korespondovat s probíhající kampaní a zároveň vyčlení Staropramen z masy ostatních piv, která se na prodejní ploše nachází.
Výsledná podoba paletového designu znázorňuje fotbalovou branku s reálnou sítí a kopacím míčem. Průhled brankou přestavuje velmi atraktivní a originální prvek, který přitahuje pozornost zákazníků. Zároveň je v brance umístěno legendární logo Staropramenu, čímž je podpořeno spojení značky a fotbalu, na které ostatně odkazuje i claim „Fandění po našem“. Branková konstrukce je vyrobena z EB vlny a na jedné z tyčí je navíc zvětšené vyobrazení produktu ze sendvičové desky KAPA. Ve středu brány se potom nachází logo firmy z PVC desky a vrstvené vlny.

SHOP-IN-SHOP STRONGBOW

26

Zadavatel: Heineken Česká republika, a.s.
Přihlašovatel: POS Media Czech Republic, s.r.o.
Autor: POS Media Czech Republic, s.r.o.
Materiály: Vlnitá lepenka a voština, reálné dřevěné bedýnky, předsazené prvky z černého forexu, světelné logo z potištěného plexi.
Použití: In-store vystavení v hypermarketech Albert. Zvýšení Brand Awareness. Představení novinky.

Značka Strongbow si zakládá na tom, že umí získat z ovoce jeho přirozenou chuť, a tomu odpovídá i claim „Zažij sílu přírody“, který měl být promítnutý i do podoby shop-in-shopu. Při jeho tvorbě se tedy akceptovalo propojení přírody, respektive čerstvého ovoce, a osvěžujícího cideru. Atmosféru ovocného sadu navozují dřevěné bedýnky, do kterých se standardně ukládá ovoce – v rámci paletového vystavení jsou v nich však uloženy plechovky cideru Strongbow, což v zákaznících asociuje pocit, že je značka úzce spojená s kvalitním a čerstvým ovocem. Velký důraz byl přitom kladen na realistický vzhled, tudíž byly použity reálné dřevěné bedýnky.
Dominantním prvkem shop-in-shopu je potom maketa plechovky cideru, která už zdálky poutá pozornost zákazníků. Konstrukce vystavení byla vyrobena z vlnité lepenky a voštiny, předsazené prvky pak z černého forexu. Součástí shop-in-shopu je i světelné logo z potištěného plexiskla. Celkový dojem podtrhuje podlahová samolepka ve výrazném žlutém odstínu a s motivem šťavnatého ovoce, což dokonale souzní s komunikační linkou celého shop-in-shopu i kampaně.

LAGARDERE – PRAŽSKÝ HRAD

27

Zadavatel: Lagardere Travel Retail s.r.o.
Přihlašovatel: Moris design s.r.o.
Autor: Moris design s.r.o.
Materiály: Plechové regály, LTD, Perforovaný plech, dřevo
Použití: Prodejna: Pražský hrad
Instalace: 09.05.-10.05.2024, Termín otevření: 29.05.2024

Jedná se o první prodejnu Discover Prague Castle, kterou naleznete v budově Nového Probošství v Areálu Pražského hradu! V prodejně o velikosti 54,9 m², jsme se jedinečným interiérem snažili nabudit slavnostní atmosféru a oslovit každého zákazníka od občerstvení až po suvenýry, například s motivy Alfonse Muchy, nebo až mýtického Franze Kafky a jeho děl. Celá prodejna má působit staročeským dojmem a poukázat na pražské památky a historii. Nejvýraznějším prvkem je silueta pražského hradu na perforovaném plechu. Zároveň je i nepřehlédnutelný atypický pokladní stůl, výrazný křišťálový lustr a otočné magnetické stojany.

KATEGORIE D
TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
ALKOHOLICKÉ NÁPOJE, TABÁK
POPAI AWARDS

PLOOM – MAKRO STODŮLKY

28

Zadavatel: JT International spol. s.r.o.
Přihlašovatel: Moris design s.r.o.
Autor: Moris design s.r.o.
Materiály: Lamino DTDL, LED - světelné lišty, Axpet.
Použití: Prodejna: Makro Stodůlky

Značku Ploom představila společnost JTI v roce 2015. S Ploomem se můžete potkat v trafikách, ale i v moderních, stylových pop up storech. I tyto originální butiky, ve kterých si můžete Ploom vyzkoušet třeba u šálku dobré kávy, jsme obohatili výrobou 18ks regálů a jejich následnou instalaci na 9 lokalitách v Česku. Jednalo se o výrobu celého konceptu regálu na cigarety, který byl umístěn již ke stávajícímu designu prodejny.

PALETOVÉ VYSTAVENÍ BAILEYS VÁNOCE

29

Zadavatel: STOCK Plzeň-Božkov s.r.o
Přihlašovatel: DAGO s.r.o.
Autor: DAGO team
Materiály: karton, dřevěné bedničky
Použití: prodejny Albert ČR

Vánoční období je bezpochyby vnímáno jako neobyčejný čas v roce, na který se s odlišnou dávnou intenzity těšení a příprav chystá každý z nás. Ke svátečním momentům strávených s rodinou a přáteli a společným zážitkům patří neodolatelný krémový likér s delikátní chutí a příjemnou vůní. Ačkoliv značka Baileys není na prodejní ploše žádným nováčkem, chtěli jsme ji vdechnout punc větší exkluzivity a podpořit její vizibilitu. Zvolili jsme odlehčenou kombinaci dvou částí vystavení – v té první dáváme důraz na vánoční komunikaci, kterou jsme ozdobili třpytivými a svítícími prskavkami. Druhou část jsme koncipovali jako moderní kavárnu, doplněnou o tabuli s recepty na domácí drinky. Nechybí ani trendy stříška a produkty vystavené v pastelových dřevěných bedýnkách. Výsledná realizace, která spojuje různé druhy materiálů, dává velkorysý prostor pro vystavení a prezentaci produktů, a zároveň je velmi příjemnou pozvánkou pro vychutnání si úžasného likéru v těch nejsvátečnějších momentech.

ALKO MODUL

30

Zadavatel: Palírna U Zeleného stromu a.s.
Přihlašovatel: DAGO s.r.o.
Autor: DAGO team
Materiály: karton
Použití: prodejny Tesco ČR

POP média realizovaná v rámci tzv. uličky v kategorii nebo jako endcapy nenabízí z podstaty tolik prostoru k designové realizaci, proto jsou pro nás větší výzvou, abychom jim vdechli silnou dávku poutavosti. V případě kombinovaného modulu pro dva komunikačně odlišné brandy je naším potěšením finální retailový výsledek představit ve formě zážitku pro nakupující. Decentnější levá část představuje svět whisky značky Stará žitná myslivecká s její tradicí, historií i mezinárodními úspěchy. Pro milovníky míchaných drinků jsme připravili na sudová víka zjednodušené recepty na tři z nich, #pro zobrazení kompletních receptů je nachystán QR kód. Pravá část vystavení pro Hanáckou vodku viditelně cílí a láká mladší spotřebitele nejen svojí uvolněnější a zábavnější atmosférou, ale i možností se zapojit do taneční soutěže. Obě značky jsou reprezentovány většími hero lahvemi a ty skutečné si získávají díky podsvícení zaslouženou atraktivitu.

PALETA KINLEY PERFECT MIX

31

Zadavatel: Coca-Cola HBC Česko a Slovensko, s.r.o.
Přihlašovatel: DAGO s.r.o.
Autor: DAGO team
Materiály: lamino, psh, pmma, monitor
Použití: prodejny Albert ČR

Výzvou bylo zpracování poselství kampaně Kinley, která zákazníkům připomíná, že je důležité myslet i na sebe a po náročném pracovním dni se odměnit třeba míchaným drinkem v baru nebo doma s přáteli. Nealkoholické a alkoholické portfolio klienta přímo vybízelo k poutavému propojení na prodejní ploše. Paletové vystavení je hravým řešením pro moderní a vysoce interaktivní prezentaci mixability, kterou zvádnete připravit i doma. Dominantní interaktivní stojan je hlavním prvkem působivého shop-in-shopu. Elegantní barové zákoutí nabízí vše, co jako host potřebujete – pohodlné barové židličky, stolek s drink menu, a také pestrou nabídku alkoholických a nealkoholických nápojů. Bezesporu klíčovým prvkem vystavení je dotykový displej s naprogramovanou webovou microsite. Ta nabízí výběr receptu na těle stojanu, a navíc zákazníka navede na jeho umístění produktu v rámci vystavení. Celá realizace je výsledek náročného projektu, který se může pyšnit zajímavým technologickým řešením, kombinací kvalitních permanentních materiálů a detailním provedením. Rohové LCD obrazovky doplňují celistvost technologického řešení a lákají právě na osvědčené drinky a kombinace.

STOJAN PROUD 1

32

Zadavatel: Plzeňský Prazdroj a. s.
Přihlašovatel: SPRINT TRADING s. r. o.
Autor: SPRINT TRADING s. r. o.
Materiály: Karton, styrodur, lentikulární panel
Použití: In-store stojan pro vystavení zboží v místě prodeje

Stojan navržený pro efektivní vystavení piv Proud s důrazem na vizuální přitažlivost a funkčnost. Díky promyšlenému uspořádání lahví umožňuje zákazníkům snadný přístup k produktu, zatímco otočená lahev upoutá pozornost a láká k interakci. Stojan je zároveň stabilní a kompaktní, optimalizuje využití prodejního prostoru a zajišťuje, že pivo je přehledně a atraktivně vystaveno.

STOJAN PROUD 2

33

Zadavatel: Plzeňský Prazdroj a. s.
Přihlašovatel: SPRINT TRADING s. r. o.
Autor: SPRINT TRADING s. r. o.
Materiály: Karton, Kappa
Použití: In-store stojan pro vystavení zboží v místě prodeje

Stojan klade velký důraz na kombinaci lahví a plechovek, čímž rozšiřuje nabídku prezentovaných produktů. Je vybaven výrazným grafickým motivem s oblohou a rukou, který podporuje vizuální koncept „obrácení proudu." Součástí designu jsou také dřevěné prvky, které přidávají na prémiovosti a vizuální rozmanitosti.

SHOP IN SHOP CLAN CAMPBELL

34

Zadavatel: STOCK Plzeň-Božkov s. r. o.
Přihlašovatel: SPRINT TRADING s. r. o.
Autor: SPRINT TRADING s. r. o. a Cocoon s.r.o.
Materiály: Karton, Kappa, LED panel, LED pásky
Použití: In-store vystavení v hlavních uličkách (Shop-in-shop a paletová vystavení) a v domácím regále kategorie (Hot-point).

Cílem bylo přitáhnout pozornost nakupujících k nové značce poutavou a neokoukanou cestou konzistentní se značkou. Zároveň jsme měli za cíl pozvat nakupující k vyzkoušení jemné chuti, která je pro Clan Campbell specifická. Pomocí vizuálního ztvárnění jsme pozvali nakupující do světa skotské whisky, a to za využití hlavních symbolů značky (zelené barvy, láhve, červeného emblému značky a loga). Zároveň jsme si o pozornost nakupujících řekli zobrazením symbolů kategorie (dřevěný sud), použitím výrazné světelné plochy (light box v sudu) a stojanů ve tvaru láhve.

CAMPARI RARE DISPLAY

35

Zadavatel: Campari Austria GmbH
Přihlašovatel: Eclipse Print a.s.
Autor: Eclipse Print a.s.
Materiály: Lakovaná překližka, potisknutá plotrová folie, čiré plexi
Použití: Permanentní pos vystavení v místě prodeje

Permanentní stojan z lakované překližky, polepený tištěnou plotrovou folií s doplňky z čirého plexi.

PROUD SHOP IN SHOP

36

Zadavatel: Plzeňský Prazdroj, a.s.
Přihlašovatel: Plzeňský Prazdroj, a.s.
Autor: TESCO MEDIA
Materiály: Konstrukce je vyrobená z kartonu, dále je použita lentikulární folie a 3D prvky ledu
Použití: Shop in shop v Off trade

Shop-in-shop „Obrať Proud“ nabízí atraktivní prezentaci piva Proud s modulární konstrukcí, která kombinuje vystavení lahví i plechovek. Díky výraznému grafickému zpracování a otočeným prvkům přitahuje pozornost a podporuje výzvu „obrátit proud.“ Prémiový design vytváří na prodejní ploše samostatný, vizuálně poutavý prostor pro efektivní prezentaci produktů.

JAEGERMEISTER SHOP IN SHOP

37

Zadavatel: Mast-Jaegermeister CZ s.r.o.
Přihlašovatel: Authentica, s.r.o.
Autor: Authentica design
Materiály: karton
Použití: in-store

Tento jedinečný kartonový displej má kreativně navržené prvky tak, aby zaujaly spotřebitele. Maketa lahve je doplněna integrovanými světelnými prvky.

Výrazný grafický design okamžitě upoutá pozornost a vybízí ke koupi novinky Jägermeister ORANGE, která se může pochlubit lehkou, vyváženou citrusovou chutí díky sicilským pomerančům. Proto i jednotlivé detaily displeje obsahují zaoblené prvky v barvě a tvaru pomerančů.

DON PAPA SHOP IN SHOP

38

Zadavatel: STOCK Plzeň-Božkov s.r.o.
Přihlašovatel: King Art POS s.r.o.
Autor: King Art POS s.r.o.
Materiály: Karton, voština
Použití: Vybrané hypermarkety Albert

Don Papa je prémiový rum z Filipín, který je známý svou hladkou chutí a komplexním profilem, který zahrnuje tóny karamelu, vanilky, sušeného ovoce a koření. Stejně jako chuť je bohatý a atraktivní design značky, který odráží bohatou kulturu Filipín a obsahuje ilustrace, které vyprávějí příběh tohoto rumu.

Naše vystavení na tento příběh navazuje. POS expozice je kreativní směs myšlenek, materiálů a kvalitního zpracování. Celkový design je moderní, ale s nádechem vintage stylu, který připomíná bohatou historii výroby rumů v regionu. Je navržen tak, aby nejen zdůraznil jedinečnost tohoto prémiového lipínského rumu, ale zároveň oslnil svou estetickou hodnotou. Display má několik úrovní, které umožňují přehledné vystavení různých druhů rumu Don Papa.

Není jen místem, kde se prodává nápoj – je to místo, kde se zažívá příběh a pomůže tak zákazníkům vytvořit silnější emocionální spojení. Zaměřuje se na milovníky rumu, kteří hledají prémiové produkty a zážitky, ale také na nové zákazníky, kteří chtějí objevit něco neobvyklého.

INTERIÉROVÉ ŘEŠENÍ HCP

39

Zadavatel: Plzeňský Prazdroj, a.s.
Přihlašovatel: Plzeňský Prazdroj, a.s.
Autor: PANIKHORN architekti, Ing. arch. Adam Horn, Ing. arch. Václav Páník a 100PROgastro
Materiály: dřevo, beton, keramika, mosaz, svetelné prvky
Použití: Nové interiérové řešení zaměřené na segment Horeca, které podporuje identitu značek Plzeňského Prazdroje.

Interiérové řešení s projektovým názvem HCP bylo navrženo s cílem nabídnout kvalitní moderní gastronomii v kombinaci s výborným pivem, které slouží jako symbol kvality a základ úspěšné restaurace. Téma interiéru se zaměřuje na tradiční pivní kulturu a historii prezentovanou prostřednictvím produktů z portfolia Plzeňského Prazdroje.
Výhodou tohoto řešení je možnost aplikovat koncept pod různými brandy Prazdroje. To vše se nese v moderním duchu a využívá interiérové prvky, které se flexibilně přizpůsobují různým prostorům, od historických budov v centru měst po domy služeb na sídlištích až po zcela moderní stavby. Centrálním bodem návrhu a klíčovým prvkem interiéru je výčepní stůl, který svým umístěním a designem přitahuje pozornost a zdůrazňuje důležitost kvalitního piva jako základní hodnoty restaurace. Jeho zaoblená konstrukce ze světlého dubu, trubky z broušené mosazi a jemně tvarovaná deska s nohami z vysokopevnostního betonu vytvářejí výraznou siluetu pracovního stolu. Design výčepu odkazuje na tradici pivovarských řemesel a spojuje je se současností. Dubové dřevo, které je ústředním materiálem interiéru, se kromě výčepu využívá také na obklady stěn, desky stolů, sokly lavic a částečně na podlaze.
Interiér zahrnuje i další prvky, které odkazují na značku, jako je výrazné světelné logo, které vytváří vizuální středobod prostoru a posiluje identitu značky, nebo nástěnná malba, která se vztahuje k danému brandu Plzeňského Prazdroje.

GLORIFIER PROUD

40

Zadavatel: Plzeňský Prazdroj a. s.
Přihlašovatel: SPRINT TRADING s. r. o.
Autor: SPRINT TRADING s. r. o.
Materiály: Plast, dřevo, LED
Použití: Prezentace minipivovaru Proud

Prezentér pro pivo Proud, který poutavým způsobem spojuje moderní design a interaktivní prvek. Stojan hravě kombinuje osvětlení a dynamické uspořádání pivních lahví, čímž podtrhuje inovativní a svěží image značky v ON Trade.

GLORIFIER BOMBAY

41

Zadavatel: Coca-Cola HBC Česko a Slovensko s.r.o.
Přihlašovatel: SPRINT TRADING s. r. o.
Autor: SPRINT TRADING s. r. o.
Materiály: dřevo, plast, LED
Použití: Prezentace ginu Bombay na zakázku

Vystavení pro ultra prémiovou značku je navrženo s cílem přinést do prostorů jedinečnou eleganci a sofistikovanost, která dokonale ladí s charakterem značky. Toto exkluzivní řešení splňuje potřeby jak HoReCa, tak retailových zákazníků a plně odráží estetiku i identitu značky – ať už jde o barvy, tvary nebo jemné detaily.

Vystavení kombinuje moderní design s ikonickými prvky značky, které okamžitě přitahují pozornost a vyvolávají pocit luxusu. Každý prvek, od hladkých linií až po precizně zpracované detaily, zdůrazňuje prémiovost, kterou značka reprezentuje. Toto vystavení zajistí, že produkt vynikne v jakémkoliv prostředí – od stylových kaváren a elegantních butiků až po regály v retailu nebo liquor stores.

SUMMER VIBE SE SHOP-IN-SHOPEM VENUS

42

Zadavatel: Procter & Gamble International Operations SA
Přihlašovatel: POS Media Czech Republic, s.r.o.
Autor: POS Media Czech Republic, s.r.o.
Materiály: Vlnitá lepenka a voština, maketa malířského a surfového prkna, háky na produkty, množství doplňků – lednička (z vlnité lepenky). Kruh – nalakovaný polystyren, Křeslo – dřevo a plátno, Deštník – reálný, zasazen v dřevěné podnoži.
Použití: In-store vystavení v hypermarketech Albert. Zvýšení Brand Awareness.

Se shop-in-shopem pro značku Venus není těžké přenést se na letní pláž a představit si dokonalou dovolenou. S horkými dny a odhalenou kůží je ale neodmyslitelně spojená depilace, se kterou je zase spjatá značka Venus. Právě na skutečnosti, že hladkou pokožku bez chloupků řeší v létě každá žena, staví podoba shop-in-shopu, jehož cílem je ukázat portfolio výrobků Venus pro ženy ve spojení s pohodovou dovolenou. Podprahově tak zákazníkům sděluje, že dovolená, koupání, léto a značka Venus patří k sobě.
Pro dosažení žádoucího efektu byly při navrhování shop-in-shopu použity typicky letní barvy, jako je bílá a sytě modrá. Ty evokují prázdniny, dovolenou, moře a letní pohodu vůbec. Správná atmosféra vystavení je potom doladěna stylovými doplňky, jako je například surfařské prkno, plážové lehátko, slunečník, plážová lednička nebo plovací kruh. Díky tomu shop-in-shop působí jako reálné místo na pláži nebo u bazénu.
Samotná realizace shop-in-shopu však byla poměrně složitá. Základním materiálem, z něhož je konstrukce vystavení vyrobena, je vlnitá lepenka a voština. Nicméně bočnice stojanu netvořily klasické obdélníkové tvary, jak je tomu u většiny vystavení, ale jedna z bočnic měla například tvar surfařského prkna. Specifickou a netradiční podobu stojanů si autoři mohli dovolit, protože bočnice zajišťovaly „pouze" stabilitu stojanu, ale samy o sobě nic nenesly. Háky na produkty byly upevněny na zadní straně stojanů, které měly podobu plážových lehátek. U výroby doplňků bylo použito množství různých materiálů – například plážová lednička byla vyrobena z vlnité lepenky, kruh z nalakovaného polystyrenu, pro výrobu křesla bylo použito dřevo a plátno a reálný slunečník byl zasazen v dřevěné podnoži. Dokonalou atmosféru pak dotváří podlahová samolepka v designu vodní hladiny.

SHOP-IN-SHOP À LA KOUPELNA DOVE

43

Zadavatel: UNILEVER ČR, spol. s r. o.
Přihlašovatel: POS Media Czech Republic, s.r.o.
Autor: POS Media Czech Republic, s.r.o.
Materiály: EB vlna, logo „novinka" je z plexiskla a podsvícené LED diodami, žebřík - voštinová deska.
Použití: In-store vystavení v hypermarketech Albert. Zvýšení Brand Awareness. Představení nového produktu.

Představte si sprchový kout uprostřed hypermarketu. Souhlasíte, že tak nečekanou a překvapivou věc byste nemohli minout bez povšimnutí? Právě o to šlo při vymýšlení a realizaci shop-in-shopu pro značku Dove. Účelem bylo prostřednictvím originálního vystavení představit novou řadu Dove sprchových gelů Advanced a zároveň komunikovat jejich hlavní benefity a prémiovost.
A jak lépe představit sprchové gely než v prostředí, ve kterém se skutečně používají? Proto je shop-in-shop navržen v podobě koupelny. Podlahová samolepka i stěny stojanu mají design koupelnových dlaždiček, z jedné strany vystavení je instalován realistický sprchový kout, zatímco na druhé straně kolemjdoucí zaujmou typické koupelnové košíky a držák s osuškou – zkrátka dokonalá iluze moderní koupelny.
Důležitým prvkem vystavení je podsvícená nika ve „zdi", respektive čele stojanu. V ní jsou totiž vystaveny všechny druhy sprchových gelů Dove Advanced. Nika tak tvoří nejen dominantu vystavení, ale představuje sprchové gely v jejich „přirozeném" prostředí a přitahuje k nim pozornost zákazníků. Zároveň vytváří u spotřebitelů žádoucí asociaci mezi sprchovými gely Dove a příjemným pocitem svěžesti po sprchování.
Při výrobě shop-in-shopu byla použita kombinace hned několika materiálů a technologií. Například korpus byl vytvořen z EB vlny, zatímco logo „novinka" je vyrobeno z plexiskla a podsvícené LED diodami. Koupelnový žebřík byl potom vyroben z voštinové desky.

ČISTÁ SHOP-IN-SHOPOVÁ TOALETA DOMESTOS

44

Zadavatel: UNILEVER ČR, spol. s r. o.
Přihlašovatel: POS Media Czech Republic, s.r.o.
Autor: POS Media Czech Republic, s.r.o.
Materiály: Kombinace vlnité lepenky a voštiny. Reálná umyvadlová baterie, která potřebovala pevnější základ. Světelné prvky z plexi a kapa desky.
Použití: In-store vystavení v hypermarketech Albert. Zvýšení Brand Awareness. Představení nového produktu.

Dokonale čistá toaleta i koupelna? To znamená zbavit se bakterií i na těžko dostupných místech. A přesně tak zní i claim značky Domestos, která chtěla ve své kampani představit svou novinku Domestos Foam. Jedná se o sprej na čištění toalet a koupelen, který je účinný na vodní kámen uvnitř toalety i mimo ni, a zároveň je vhodný pro všechny povrchy v koupelně, jako jsou obklady, umyvadla, baterie, zrcadla a sprchy. Bylo proto žádoucí představit zákazníkům všechny jeho benefity, prostředí a předměty, na které se dá použít.
Nápaditý shop-in-shop byl proto koncipován jako moderní designová koupelna, v níž je z jedné strany umístěné reálné umyvadlo a z druhé potom toaleta. Realistické pojetí koupelny je doladěno detaily typu vázička s květinou, dávkovač mýdla a podobně. Dokonalá čistota a lesk dlaždiček, umyvadla i toalety jsou zdůrazněny „zářivým" logem i maketou produktu, která demonstruje jeho použití. V rámci shop-in-shopu je potom prezentováno široké portfolio značky, čímž je dosaženo žádoucího myšlenkového spojení „dokonale čistá koupelna = Domestos".

CLINIQUE ENDCAP EDG SEPHORA

45

Zadavatel: Esteé Lauder CZ
Přihlašovatel: Moris design s.r.o.
Autor: Moris design s.r.o.
Materiály: PVC, dřevo, ocel, MDF, DTD-L, PET, Plech, PMMA, broušená nerez, komacel
Použití: Instalace na stávající prodejně
Instalace: 22.03.2024

Společnost Estée Lauder, založená v roce 1946, je celosvětově známá pro svoji eleganci, luxus a vynikající kvalitu produktů. Endcap vyrobený podle zadaných parametrů je prvek, který musí splňovat nejpřísnější kritéria kvality. Řezaná písmena, otvory uzpůsobené na míru jednotlivých výstavním prvkům, nastavitelné nohy, výsuvný box , toto vše ve 100 % kvalitě od technologie po výrobu.

L'ORÉAL VIRTUÁLNÍ ZRCADLO

46

Zadavatel: L'Oréal
Přihlašovatel: DAGO s.r.o.
Autor: DAGO team
Materiály: permanent
Použití: prodejny Rossmann

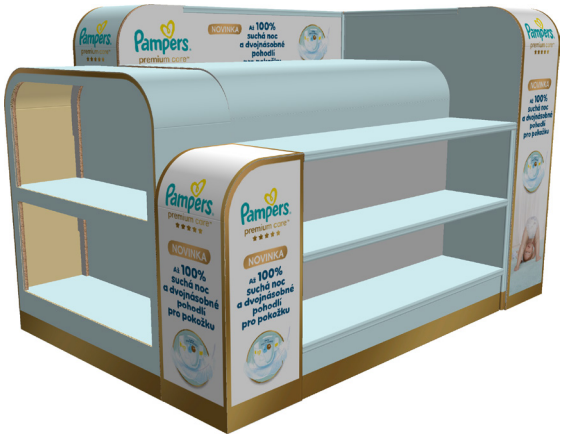
Značka L'Oréal Paris zlepšuje nejen produkty, ale i služby v oblasti krásy za pomoci nejnovějších technologií, inovací a umělé inteligence. To vše dalo vzniknut diagnostickému nástroji, aplikaci Skin Genius. Ta poskytuje spotřebitelům doporučení na základě získaných personalizovaných informací o jejich pleti. My přibližujeme tuto virtuální službu spotřebitelkám také přímo v místě prodeje, kde může výrazně usnadnit nákupní rozhodnutí a poskytnout maximální spokojenost z efektivity nákupu. Spodní část podstavce obsahuje edukační část o zmíněné aplikaci včetně QR kódu pro její načtení. Zájemkyně o analýzu pleti následně umístí svůj mobilní telefon do držáku, kterému tvoří zázemí velké kruhové světlo. Po spuštění aplikace je možné aktivně pracovat s nastavením světla, které díky možnosti volby mezi teplým a studeným svícením a nastavením intenzity zachycuje potřebné detaily pleti. Vystavení také obsahuje produkty, které si uživatelky mohou zakoupit na základě výsledného doporučení. Je tedy čas na na jedinečný zážitek během nákupu kosmetiky a beauty produktů!

MINI SHOP IN SHOP ELSEVE

47

Zadavatel: L'Oréal Paris
Přihlašovatel: KNOWINSTORE s.r.o.
Autor: KNOWINSTORE s.r.o.
Materiály: EB vlna, E vlna, voština, plexisklo, PLA, PETG transparentní filament
Použití: Síť prodejen Teta

Tento shop-in-shop je navržen tak, aby okamžitě zaujal zákazníky a přiblížil jim prémiovou řadu vlasové péče Elseve s kyselinou glykolovou. Díky své strategické komunikaci a atraktivnímu designu vyniká mezi ostatními in-store prvky. Elseve, jako lídr v oblasti vlasové péče zde nabízí nejen produkty, ale také zážitek, který podporuje silné vnímání značky a zvyšuje její atraktivitu pro koncové zákazníky. Stojan shop-in-shopu, který dosahuje výšky 170 cm, poskytuje dostatek prostoru pro umístění produktů i vizuálních prvků, které na první pohled zaujmou. Podlahová grafika o rozměrech 140 cm x 140 cm slouží jako orientační prvek a přitahuje zákazníky do tohoto exkluzivního prostoru. Díky kombinaci silného vizuálního designu, barevných barev a promyšlené struktury podporuje tento shop-in-shop interakci se zákazníky a zvyšuje zájem o inovativní produkty.
Toto řešení představuje ideální způsob, jak prezentovat novinky a inovace v oblasti vlasové péče, a zároveň nabízí technickou spolehlivost s přesně navrženou stabilní konstrukcí. Design shop-in-shopu je navržen tak, aby snadno zapadl do různých maloobchodních prostředí, aniž by narušil stávající vizuální styl obchodu, ale naopak jej obohacoval o moderní a atraktivní prvek.



KREATIVNÍ VYSTAVENÍ PAMPERS

48

Zadavatel: Procter & Gamble
Přihlašovatel: Ferratt International Czech s.r.o.
Autor: Ferratt International Czech s.r.o. / Procter&Gamble
Materiály: Voštinová deska 16mm / EB vlna / E vlna
Použití: Samoobslužné čtyř paletové a jedno paletové vystavení na plenky a produkty Pempers - Hemingway

Celokartonové kreativní samoobslužné vystavení.

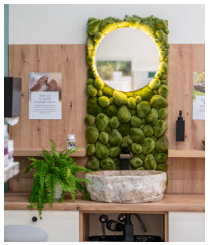
SHOP-IN-SHOP DOVE

49

Zadavatel: UNILEVER ČR, spol. s r. o.
Přihlašovatel: POS Media Czech Republic, s.r.o.
Autor: POS Media Czech Republic, s.r.o.
Materiály: EB vlna, logo „novinka“ je z plexiskla a podsvícené LED diodami, žebřík - voštinová deska.
Použití: In-store vystavení v hypermarketech Albert. Zvýšení Brand Awareness. Představení nového produktu.

Hypoalergenní, dermatologicky testované, vhodné i pro velmi citlivou pokožku, bez obsahu sulfátů SLS, veganské složení a PETA certifikace – to všechno jsou charakteristiky nové řady Dove sprchových gelů Advanced, kterou chtěla značka představit svým zákazníkům. Cílem shop-in-shopu proto bylo komunikovat nejen čistotu a hygienu, ale i kvalitu, prémiovost a výjimečné benefity, které tento produkt pro zdraví pokožky má.

Bílé dlaždičky a minimalistický styl koupelny, jejíž podobu shop-in-shop má, jsou podvědomě spojovány s dokonalou hygienou, zdravím a důvěryhodností. Podsvícená nika přitahuje pozornost k vystaveným produktům. Při výrobě shop-in-shopu byla použita kombinace hned několika materiálů a technologií. Například korpus byl vytvořen z EB vlny, zatímco logo „novinka“ je vyrobeno z plexiskla a podsvícené LED diodami.



NOBILIS TILIA s.r.o. PRODEJNA AVION OSTRAVA

50

Zadavatel: Nobilis Tilia s.r.o
Přihlašovatel: Moris design s.r.o.
Autor: Moris design s.r.o.
Materiály: Květinové aranžmá, dřevěná masivní deska, kulatina - sušený akát, DTDL, LAM - Boardy světelné / nesvětelné.
Použití: Prodejna Nobilis Tilia, Rudná 3114/114, 700 30 Ostrava, Zábřeh
Instalace: 06.11.23 – 08.11.23, Termín předání 11.11.2023

První prodejna Nobilis Tilia v obchodním centru. „Prodejna je koncipovaná jako zážitková a propisuje do konceptu krásy Českého Švýcarska". Hlavním prvek, který má zaujmout ihned u vchodu do prodejny je světelný T-Board nad pokladnou, přírodní prvky a osvětlení. Z hlavní pasáže zákazníky upoutá zelená stěna na hlavní výloze prodejny. Prodejna disponuje prezentačními stolky, prodejním ostrůvkem z masivu. Vše je krásně propojeno přírodními prvky, které propojují nabízenou českou kosmetiku s přírodou.

SET POS SENSODYNE KIDS A SENSODYNE JUNIOR

51

Zadavatel: Haleon Czech Republic s.r.o.
Přihlašovatel: DAGO s.r.o.
Autor: DAGO team
Materiály: karton
Použití: hypermarkety Globus

Rozmanitý svět dětské fantazie a her nám dává více podnětů, které můžeme při realizaci POP médií určených pro malé spotřebitele přenést na prodejní plochu. Pro nové zubní pasty Sensodyne Kids a Sensodyne Junior vznikl hravý set POP médií. Jeho prvním a nejvíce signifikantním prvkem je půlpaletový kartonový stojan. I presto, že nakupujícím je rodič, novinkový produkt měl přilákat i pozornost dětí, protože rodiče dobře vědí, že děti někdy u čistění zoubků umějí být pěkně tvrdohlaví. Proto bylo vystavení více barevné, s výraznými maketami ovoce, abychom v dětech probudili počátek zvídavosti. Rodiče pak získají v edukační části na boku stojanu potřebné informace a benefity produktů. Aby nebyla promarněná žádná prodejní příležitost, ve vystavení byl také prostor pro standardní portfolio značky Sensodyne. Celé provedení je koncipováno tak, aby jej i přes tvarovou rozmanitost zvládli instalovat obchodní zástupci. Druhým, velmi milým a důvtipným prvkem setu jsou dětské krabičky s ouškem. Ty obsahovaly malé tuby, resp. vzorky těchto novinek a byly vyrobeny pro děti zaměstnanců klienta tak, aby mohly na začátek školního roku nahradit známé kornouty sladkostí. Zdravý dětský úsměv je přece úžasný!

CHIESI PREZENTAČNÍ STÁNEK

52

Zadavatel: Chiesi CZ s.r.o.
Přihlašovatel: Authentica, s.r.o.
Autor: Authentica design
Materiály: kov
Použití: instore konference

Toto netradiční vystavení se vymyká všemu, co neustále vidíme na všech konferencích. Proto vychází jednotlivé světelné panely/prvky i kovová konstrukce z tvaru loga Chiesi.

Netradiční tvar stánku splnil i požadavek na umístění světelných bannerů, které budou jednoduše vyměnitelné, aby na nich bylo možné prezentovat vždy aktuální potřebné informace určené přímo pro danou konferenci.

Konstrukce je dostatečně pevná a zároveň jednoduchá na složení z důvodu skládání a převážení na jednotlivé konference (cca 20x za rok).

STOJAN SIGG OUTDOOR

53

Zadavatel: L - founders of loyalty
Přihlašovatel: SPRINT TRADING s. r. o.
Autor: SPRINT TRADING s. r. o.
Materiály: karton
Použití: In-store stojan pro vystavení zboží v místě prodeje

Podařilo se nám vytvořit vystavení, které zákazníka přímo na prodejně přenese do světa cyklistiky, k jeho oblíbenému Cyklo-koníčku. Hlavním cílem při vývoji bylo přitáhnout pozornost nakupujících, komunikovat užitečné Cyklo produkty SIGG a všech 11 produktů vystavit v jednom prodejním stojanu. Úspěšně se nám podařilo zviditelnit brand a podpořit prodeje Cyklo produktů SIGG. Při přípravě vystavení jsme samozřejmě mysleli také na maximální praktičnost. Stojan jsme vytvořili tak, aby výrobky byly spotřebiteli dobře dostupné a stojan se na prodejně snadno doplňoval. Dále bylo důležité, aby spotřebitel měl možnost si produkty dobře prohlédnout vystavené bez obalu. Jednak se tím zajistí minimum poškozených obalů následkem „zvědavého" rozbalování, ale také významně usnadníme nákupní rozhodnutí. Poté již nic nebrání tomu, aby si spotřebitel vybraný výrobek ze stojanu s dostatečnou zásobou snadno odebral, vložil do košíku a pohodlně jej zakoupil.

MINI SHOP IN SHOP – SWIFFER

54

Zadavatel: Procter & Gamble Czech Republic s.r.o.
Přihlašovatel: KNOWINSTORE s.r.o.
Autor: KNOWINSTORE s.r.o.
Materiály: EB vlna, E vlna
Použití: Síť prodejen Teta

Růžový Swiffer Mini SIS představuje inovativní a poutavý POS nosič navržený tak, aby okamžitě upoutal pozornost zákazníků a zároveň poskytl praktické informace o produktech Swiffer. Tento koncept shop-in-shop integruje značku přímo do prodejního prostoru, čímž maximalizuje její viditelnost a interakci se zákazníkem.
Svěží a moderní růžový design oslovuje široké spektrum zákazníků a podporuje asociace s čistotou a inovací. Elegantní vizuální provedení s harmonickým barevným sladěním a jasným značkovým označením vytváří snadno rozpoznatelný prodejní bod.
Technické parametry tohoto POS nosiče zahrnují podlahovou grafiku o rozměrech 100 cm x 100 cm, což zajišťuje dostatečný prostor pro zviditelnění značky produktu. Konstrukce je navržena tak, aby byla stabilní a odolná pro dlouhodobé použití v prodeji, přičemž zůstává snadno instalovatelná a demontovatelná, což zjednodušuje manipulaci s celou strukturou.
Růžový Swiffer nejen zvyšuje viditelnost produktů Swiffer, ale rovněž zlepšuje celkový zážitek z nákupu tím, že nabízí snadnou navigaci a přístup k promovaným produktům.

PEPPER FIELD PERMANENTNÍ STOJAN

55

Zadavatel: Cambodian s.r.o.
Přihlašovatel: Authentica, s.r.o.
Autor: Authentica design
Materiály: Kov, 3D tisk, dřevo, plast
Použití: prodejny Potten Pannen

Tento designový stojan byl navržený tak, aby byl odolný a na prodejní ploše vydržel co nejdéle. Specialitou bylo „testovací" zařízení, které mělo zajistit jednoduché otevření/zavření a tím zajistit výměnu produktů uvnitř, které slouží k čichovému a očnímu testu. Testovací kolečka byla vyrobeny na 3D tiskárně a díky tomu bylo možné poměrně flexibilně odladit potřebné rozměrové detaily.

Prodejny Potten Pannen pracují v drtivé většině s dekoracemi z mosazi a proto jsme se i my v tomto případě snažili co nejvěrohodněji přiblížit požadované barevnosti. Kovové tyče byly proto lakovány s co nejvěrnějším podáním mosazné barvy. Stejně tak tomu bylo i v případě lakování výše zmíněných 3D prvků.

PHILIPS ONE BLADE KARTONOVÝ STOJAN

56

Zadavatel: Philips Česká republika s.r.o.
Přihlašovatel: Authentica, s.r.o.
Autor: Authentica design
Materiály: vlnitá lepenka, PET
Použití: podpora prodeje

Kartonový stojan byl navržen s cílem zaujmout a přilákat pozornost zákazníků v elektro obchodech v ČR a SK. Celé vystavení bylo velmi úzké, protože samotné produkty jsou malé a lehké. Aby byla zajištěná dostatečná stabilita stojanu, bylo třeba nejedno reálné vzorování a testování vhodného provedení. Nakonec zvítězilo řešení, kde je maketa strojku s vystavenými produkty těsně vedle sebe. Z kartonu byla vytvořena i velká maketa strojku. Vystavené produkty byly zabezpečené pomocí kovového lanka s návinem.

KOČIČÍ MINI SHOP-IN-SHOP SHEBA

57

Zadavatel: Mars Czech s. r. o.
Přihlašovatel: POS Media Czech Republic, s.r.o.
Autor: POS Media Czech Republic, s.r.o.
Materiály: Vlnitá lepenka a voština, doplněna o reálná škrabadla pro kočky, 2D kočky, plexi, ušitý polštář
Použití: In-store vystavení v hypermarketech Albert. Zvýšení Brand Awareness. Představení nové produktové řady.

Každý milovník koček potvrdí, že chce pro své čtyřnohé mazlíčky to nejlepší – a stejně tak každý milovník koček zpozorní, když projde kolem shop-in-shopu vyrobeného pro značku Sheba. Tento výrobce krmiva pro kočky si zakládá na tom, že jeho produkty jsou v té nejvyšší kvalitě a jedná se o prémiové výrobky. Této komunikační lince také odpovídá vyznění shop-in-shopu. Ten je vyvedený v černé barvě, která v kombinaci s jednoduchými liniemi působí luxusním a elegantním dojmem. Barva vystavení dokonale souzní s portfoliem výrobků, které jsou v shop-in-shopu vystaveny.

To by však samo o sobě pro získání pozornosti zákazníků nestačilo. Proto je shop-in-shop doplněn o reálná škrabadla pro kočky, která dotvářejí výsledný dojem. Ten navíc ještě podtrhují dvě roztomilé kočky, které už zdálky poutají pozornost zákazníků. Celek tak působí jako jakési luxusní útočiště pro kočky, kde dostanou to nejlepší z nejlepšího, což je přesně to, co chce značka komunikovat.

Při výrobě shop-in-shopu byla použitá kombinace vlnité lepenky a voštiny. Sedící 2D kočky jsou vyrobeny z plexiskla a celé vystavení bylo doplněno o reálná škrabadla a polštář.

BRIT RAW TREAT DISPLAY

58

Zadavatel: VAFO PRAHA
Přihlašovatel: LOGIK
Autor: Olga Kozminych, Milan Rytíř - VAFO, Sandra Rubešová, Zbyněk Novotný, Pavel Nadvornianský - LOGIK
Materiály: E, EB, BC kraft, sttika 2,5 mm, GC1 350 g, kappa 5
Použití: Exponát představuje zajímavou možnost pro použití na retailovém trhu díky svému inovativnímu designu a efektivní prezentaci produktu. S výraznou barevnou paletou a dynamickým tvarem je navržen tak, aby okamžitě přitahoval pozornost zákazníků. Dominantní fialová barva slouží k odlišení značky a zajišťuje silnou vizibilitu na prodejní ploše.
Jednou z hlavních výhod displeje je jeho modulární konstrukce, která umožňuje vícevrstvou expozici pamlsků, což je vhodné jak pro menší obchody, tak pro větší prodejní prostory. Kromě toho, jednoduchá navigace na displeji (se sekcemi "Scoop", "Mix", "Serve") pomáhá zákazníkům lépe pochopit, jak pamlsky používat.
Další přínos spočívá v maximální informovanosti zákazníků díky přítomnosti produktových etiket, které komunikují výhody pamlsků, jako je vysoký obsah masa a přirozené ingredience. Tímto způsobem displej nejen zaujme, ale také poskytuje důležité informace, které mohou zákazníky motivovat k nákupu.

Displej Brit Raw Treat představuje inovativní řešení pro prezentaci pamlsku pro psy. Svou výraznou barevnou paletou a dynamickým tvarem je ideálním prostředkem pro zaujmutí zákazníkovy pozornosti. Design využívá dominantní fialovou barvu, která vizuálně odlišuje značku od konkurence a vytváří silnou vizibilitu na prodejní ploše.

1. Výjimečná vizibilita:
Displej je navržen tak, aby okamžitě přitahoval pozornost zákazníků. Vysoce kontrastní barvy, jako je fialová a bílá, vytvářejí vizuální přitažlivost. Přítomnost velkých a jasně viditelných grafických prvků (včetně siluety psa) dále zvyšuje rozpoznatelnost produktu. Díky hornímu panelu s nápisem "Boost your dog's nutrition!" je zřejmé, jaký je hlavní přínos výrobku.

2. Výhody displeje:
- Modulární konstrukce: Nabízí vícevrstvou expozici, což umožňuje prezentaci více variant pamlsků. Displej se hodí jak pro maloplošné prodejny, tak pro velké prodejní prostory.
- Snadná navigace: Displej poskytuje jednoduchý návod na použití – od "Scoop", přes "Mix" až po "Serve", což pomáhá zákazníkům lépe pochopit, jak pamlsky používat.
- Maximální informovanost: Přítomnost produktových etiket jasně komunikuje výhody, jako je vysoký obsah masa (96 %) a přirozené ingredience, což dává jasný signál o kvalitě a přínosech pro zdraví psa.

59

PALETÍ WHISKAS

Zadavatel: Mars Czech s.r.o.
Přihlašovatel: SPRINT TRADING s. r. o.
Autor: SPRINT TRADING s. r. o.
Materiály: Karton, Kappa, plastové háky
Použití: In-store paletí pro vystavení zboží v místě prodeje

Celý den se těšíme na maličkosti v životě, a stejně tak naše kočky, kdykoli se zjeví ta hluboká touha po WHISKAS®. Toto vystavení dokonale zachycuje tento pocit. Moderní design v odstínech fialové a ikonická silueta kočičí hlavy okamžitě upoutají pozornost zákazníků. Hravý 3D model kočky dodává vystavení živost a autentičnost. Nápis „Čas si zavrnět" vyzdvihuje okamžik, kdy si vaše kočka vychutná svou oblíbenou kapsičku Whiskas. Víceúrovňové uspořádání poskytuje snadný přístup ke všem produktům, což ocení každý zákazník. Tato dekorace dokonale kombinuje vizuální přitažlivost a funkčnost, čímž se stává ideálním řešením pro každého milovníka koček.

BRIT CARE CAT SOUP DISPLAY

101

Zadavatel: VAFO PRAHA
Přihlašovatel: LOGIK
Autor: Olga Kozminych - VAFO, Sandra Rubešová, Zbyněk Novotný, Pavel Laudin - LOGIK
Materiály: EB, BC Kraft, GC1 350 g, kappa 5
Použití: Tento jedinečný polévkový display pro kočky je navržen tak, aby vynikl v pokladní zóně nebo na strategických místech obchodů s krmivy a chovatelskými potřebami. Jeho cílem je maximalizovat impulzní nákupy tím, že okamžitě přitáhne pozornost zákazníků svým originálním a hravým designem.
Topper ve tvaru kočičí hlavy, spolu s výrazným 3D hrncem a velkou vařečkou, vytvářejí dynamický a poutavý vizuální zážitek, který nejen informuje, ale přímo vyzývá k akci. Tento display efektivně využívá prvky, které zákazníkům připomínají domácí pohodlí a péči, čímž podporuje jejich rozhodnutí o koupi na poslední chvíli.
Díky své hravé a barevné estetice, v kombinaci s promyšlenou prezentací produktu, přirozeně láká zákazníky k nákupu, aniž by museli dlouho přemýšlet. Studie prokázaly, že vizuálně atraktivní a snadno pochopitelné vystavení produktů výrazně zvyšuje spontánní nákupy, což dělá tento display nejen stylovým, ale i vysoce efektivním nástrojem pro zvýšení prodejů.
Obchodníci mohou těžit z jeho umístění, protože nejen přitahuje pozornost, ale zároveň podporuje emocionální spojení zákazníka s jeho domácím mazlíčkem, čímž zajišťuje, že zákazník bude chtít svým kočkám dopřát něco výjimečného.

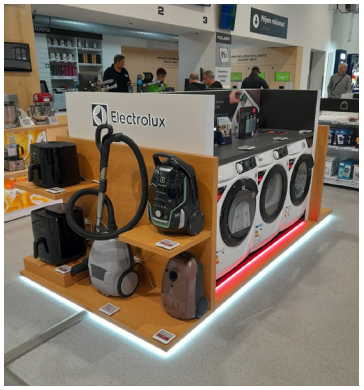
V kočičím světě dobrot se moderní trend stále více prosazuje – polévky pro kočky. Tyto lahodné polévky podporují hydrataci a zajišťují skvělou chuť i pro ty nejvybíravější zvířecí gurmány. V rámci naší in-store aktivace jsme pro společnost VAFO připravili poutavý display, který věrně odráží barevný a animovaný design našich produktů. Abychom zvýšili impulzní nákupy, navrhli jsme display přímo pro naši cílovou skupinu zákazníků. Obsahuje topper ve tvaru kočičí hlavy, 3D hrnec symbolizující polévku a dominantní vařečku, která podtrhuje trend humanizace zvířat. Náhodně rozmístěné kočky po celém těle displaye dodávají na atraktivnosti a zábavnosti.
Přineste svým kočkám moderní dobroty s našimi polévkami a objevte nový rozměr chutí a hydratace! "

CARNILOVE FREEZE-DRIED RAW SNACKS DISPLAY

60

Zadavatel: VAFO Praha
Přihlašovatel: LOGIK
Autor: Zbyněk Novotný, Sandra Rubešová, Michal Hefjuk - LOGIK, Olga Kozminych, Milan Rytíř - VAFO
Materiály: E, BC kraft, EB
Použití: Představovaný display je ideálním řešením pro retailové prostředí i specializované prodejny s krmivy pro domácí mazlíčky. Díky svému atraktivnímu designu a funkčnímu uspořádání přitahuje pozornost zákazníků a zajišťuje, že produkty značky Carnilove jsou vždy na očích. Jeho praktická konstrukce, která umožňuje snadné doplňování zboží, zvyšuje efektivitu prodeje a je perfektně přizpůsobena pro umístění jak v klasickém retailu, tak v obchodech zaměřených na krmiva pro zvířata.

Představujeme vám moderní a inovativní display, který přináší do in-store prostředí jedinečný přírodní otisk značky Carnilove. Tento display je pečlivě navržen tak, aby v horní části poskytoval klíčové informace o našich mrazem sušených pamlscích pro psy, které vyrábíme ve vlastní továrně v Evropě. Design zahrnuje dva půlkruhy, které zákazníka intuitivně navigují k výběru mezi monoproteinovou a multiproteinovou recepturou. Středová část je věnována prezentaci reálných produktů a je doplněna ilustracemi masa, což je dominantní surovina našich pamlsků. Spodní část displaye je určena pro umístění celých balení jednotlivých SKU, což usnadňuje doplňování zboží a zvyšuje efektivitu.
Pro zajištění logistické efektivity je stojan dodáván již naplněný produkty. To nám umožňuje rychle a efektivně aktivovat nové produkty v prodejnách po celé Evropě.



REKLAMNÍ OSTRŮVEK ELECTROLUX

61

Zadavatel: Promoface s.r.o.
Přihlašovatel: Moris design s.r.o.
Autor: Moris design s.r.o.
Materiály: DTD, Dřevo, ocel, PMMA - OPÁL, plast-neprůhledný bílý, ocel měkká, zinek bílý
Použití: Prodejna: Alza Holešovice, Jateční 306/2, Praha 7 – Holešovice
Instalace: 23.08.2024

Electrolux představuje světovou špičku v oblasti domácích spotřebičů. Zaměřujeme se na inovace, které jsou důmyslně konstruovány. Celosvětově patří mezi největší výrobce domácích a profesionálních spotřebičů. Instalace probíhala v největším showroomu v Praze. Důmysl byl kladen na přechod mezi přírodním dubem Casella a bílou LTD. Zároveň aby se oddělila výstavní plocha pro vysavače Elektrolux a spotřebiče AEG.

SAMSUNG GALAXY
NEW PRODUCT LAUNCHING POP-UP EVENT - MALL OF BERLIN

62

Zadavatel: Samsung
Přihlašovatel: Cheil Czech
Autor: Cheil Czech – Shoptect
Materiály: Plast, kov, sklo, dřevo, LED obrazovky, dotykové panely, tiskoviny.
Použití: Exponát sloužil k představení nové řady telefonů Samsung Galaxy Z Fold a Galaxy Z Flip. Interaktivní zážitkový stánek umožňoval zákazníkům prozkoumat různé technologie a inovace prostřednictvím zón, jako jsou Galaxy AI Experience, New Way to Get Things Done, New Way to Communicate, New Way to Create, Olympic Heritage Zone a Accessory & Sales.

Exponát v Mall of Berlin sloužil k představení nové řady telefonů Samsung Galaxy Z Fold a Galaxy Z Flip, inspirovaný konceptem Galaxy Voyage, který nabízí jedinečný zážitek s Galaxy AI. Tento interaktivní a zážitkový stánek umožňuje zákazníkům prozkoumat různé technologie a inovace prostřednictvím tematických zón, jako je Galaxy AI Experience, New Way to Get Things Done nebo New Way to Communicate.

Stánek nabízí čistý a otevřený design s důrazem na moderní prvky a technologie, které návštěvníky vedou určitým směrem přes všechny klíčové produkty. Použití LED obrazovek a dotykových panelů podtrhuje inovativní přístup k prezentaci produktů a funkcí Galaxy, čímž zvyšuje zapojení zákazníků.

ACC POP UP KIOSK

63

Zadavatel: Samsung Electronics CZ/SK
Přihlašovatel: Cheil Czech
Autor: Cheil Czech
Použití: Prezentace a prodej Galaxy příslušenství mimo tradiční prodejní SBS prostředí pro klienta Samsung. Exponát slouží jako walk-through pop-up kiosk (Košice, Bratislava Avion, Bratislava Nivy), který umožňuje přímou interakci zákazníků s širokou škálou produktů Galaxy Accessories v kompaktním a vysoce funkčním designu.

Tento exponát je navržen pro přenesení zážitku z nákupu příslušenství Samsung mimo klasické prodejní prostředí SBS (Samsung Brand Store). ACC Pop Up kiosk - SK kombinuje moderní design s maximálním důrazem na uživatelský komfort a prezentaci produktů Galaxy.

Walk-through stánek zahrnuje výstavní stěnu s pultem pro obsluhu a servis uvnitř. Bezpečnost produktů je zajištěna pomocí stahovací rolety a uzamykatelných boxů ve spodní části stěny. Pro snadnou adaptaci designu podle potřeb klienta jsou stěny vybaveny vyměnitelnými světelnými panely.

Zákazníci si mohou produkty pohodlně prohlédnout u pultu s možností posezení, což zajišťuje nejen komfortní zážitek, ale i prostor pro detailní prezentaci produktů. Celý koncept je navržen tak, aby zajistil výraznou vizuální komunikaci s důrazem na pocit soukromí při návštěvě.

Díky tomuto stánku je možné vystavit velké množství příslušenství a zároveň nabídnout bezpečný úložný prostor pro personál. Tento stánek je součástí strategie Samsung pro zajištění lepší interakce se zákazníky a posílení jejich zážitků při nákupu produktů Galaxy.

CHLADÍCÍ ZAŘÍZENÍ COCA-COLA

64

Zadavatel: Coca-Cola HBC Česko a Slovensko, s.r.o.
Přihlašovatel: UGO! Media, s.r.o.
Autor: UGO! Media, s.r.o.
Materiály: elektronika
Použití: HORECA

Tato futuristická lednice na chlazené nápoje z repertoáru Coca-Cola je nejen technologickým zázrakem, ale také dokonalým prvkem pro moderní prodejní místa.
Přední část tvoří průhledné skleněné dveře s transparentním LCD displejem, která umožňuje zobrazování spotů, grafických reklam či animací.
Obsah lze upravovat a měnit na dálku pomocí integrovaného systému vzdálené správy. Obchodníci nebo marketingové týmy mohou rychle a efektivně aktualizovat kampaně, nabídky nebo speciální akce bez nutnosti fyzické interakce s lednicí. Prostřednictvím jednoduchého ovládání je možné z mobilní aplikace nebo webového rozhraní měnit zobrazovaný obsah na základě denní doby, sezóny nebo konkrétních prodejních cílů. Systém je schopen analyzovat dobu zobrazení reklamy, reakce zákazníků a dobu, po kterou se nápoje nejčastěji prodávají, což poskytuje užitečné marketingové údaje pro lepší cílení budoucích kampaní.
Díky vzdálené správě a interaktivním funkcím se tato lednice stává důležitým marketingovým nástrojem, který nejen prodává, ale vytváří zážitek.

MASKA NA SPANÍ

65

Zadavatel: Československá obchodní banka, a. s.
Přihlašovatel: SPEED PRESS Plus a.s.
Autor: SPEED PRESS Plus a.s.
Materiály: polyester
Použití: Maska byla určena pro stávající a nové klienty banky ČSOB.

Originální maska na spaní byla vytvořena speciálně pro klienta ČSOB, s designem inspirovaným novou marketingovou postavou banky – chameleonem Leonem. Tato maska byla součástí propagační kampaně, která měla za cíl zvýšit povědomí o nové vizuální identitě ČSOB. Chameleon Leon, jako symbol flexibility a přizpůsobivosti, ztělesňuje hlavní hodnoty banky, a tento motiv byl kreativně použit na masce. Maska nejenže plní praktickou funkci pro pohodlný spánek, ale zároveň posiluje povědomí o značce a jejích hodnotách.

DECASPORT – RENTAL BOX

66

Zadavatel: DECASPORT s.r.o.
Přihlašovatel: Moris design s.r.o.
Autor: Moris design s.r.o.
Materiály: DTD-L, dřevo, zinek, měkká ocel, hliník plast
Použití: Prodejna Westfield Chodov - Decathlon
Instalace: 15.04.2024

V případě Rental boxu se jedná o koncept půjčovny sportovního vybavení. Upoutat má velké prosvětlené logo RENT. Má nabízet zboží k zapůjčení od jízdních kol, přes stany až např. pro paddleboardy. Proto bylo nutné zajistit dostatečné kotvení na závrtné matice, aby box byl stabilní a udržel i poměrně vysokou váhu. Konstrukčně je sestrojen tak, aby byl dobře manipulovatelný, tedy ho klient může přesouvat mezi jednotlivé pobočky.

PALETOVÝ OSTROV COKE & MEAL

67

Zadavatel: Coca-Cola HBC Česko a Slovensko, s.r.o.
Přihlašovatel: Coca-Cola HBC Česko a Slovensko, s.r.o.
Autor: Coca-Cola HBC Česko a Slovensko, s.r.o. ve spolupráci s Markétou Čichovskou
Materiály: lamino, plexisklo
Použití: Exponát byl součástí kampaně Coke & Meal, jejíž cílem byla komunikace spotřební příležitosti a konzumace nápojů Coca-Cola s jídlem.

Návrh byl pořízen pro vystavení produktů 1L PET Coca-Cola a Coca-Cola ZERO ke zvýšení jejich prodeje. V rámci instoru byl použit paletový ostrov, který byl rozpracován do své variace - permanentního stojanu, vhodného k umístění do menších prostor. Paletový ostrov byl využit v rámci kampaně připravené pro moderní trh v řetězci Tesco. Konstrukce paletového ostrova je navržena z lamina.

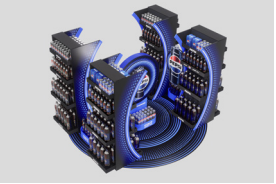
Součástí paletového ostrova je:
- Kulatá LCD obrazovka o průměru 65cm promítající videa Coke & Meal, která zákazníkovi ukazují moment spotřeby nápoje ve spojení s jídlem.
- Lednička umožňující zákazníkovi zakoupit vychlazený nápoj k okamžité konzumaci.
- Projekce v rámci lednice, která je řízená vzdálenou správou, což umožňuje během kampaně upravovat obsah videí pro zákazníka.
- Světelný backlight, který je umístěn v zadní části exponátu a slouží k vyšší visibilitě na prodejní ploše.
- Logo Coca-Cola řezané laserem z plexiskla ke zvýšení visibility brandu

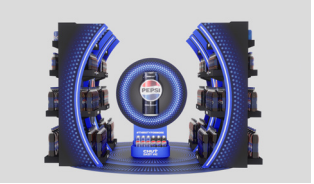
68

MINI SHOP-IN-SHOP MAGNUM

Zadavatel: UNILEVER ČR, spol. s r. o.
Přihlašovatel: POS Media Czech Republic, s.r.o.
Autor: POS Media Czech Republic, s.r.o.
Materiály: Kombinace materiálů voština, vlnitá lepenka, plast, dřevo a kovová nosná konstrukce, LED pasek, kapa desky. Nanuk je kombinací plastu se speciální matnou samolepkou a reálného dřeva.
Použití: In-store vystavení v hypermarketech Albert. Zvýšení Brand Awareness. Představení nových příchutí produktů.

Sofistikovaná kombinace nejrůznějších materiálů a technologií, jejímž výsledkem je vizuálně atraktivní a funkční shop-in-shop – tak by se dalo charakterizovat vystavení pro značku Magnum. Jeho cílem bylo komunikovat nové příchutě Magnum (Euphoria, Wonder, Chill), ale také logicky zvednout prodeje a nalákat zákazníky, aby nové příchutě nanuků ochutnali.
Právě proto byl zvolen podsvícený shop-in-shop, který už zdálky září a je skutečně nepřehlédnutelný. Značka Magnum je vnímána spotřebiteli jako luxusní a prémiová a tomu odpovídá i vyznění vystavení, u kterého byl akcentován moderní vzhled a originální design. Zákazníci tak mohli obdivovat podsvícený vláček, který přejíždí po mostě mezi „horami smetany“. Fantazijní krajina působí monumentálním dojmem a podprahově tak slibuje zákazníkům nevšední zážitek spojený s produkty značky Magnum. Nosná konstrukce, tedy pódium a hlavní svislý prvek za mrazákem, je vyroben z voštiny, což je materiál známý svou lehkostí a pevností. Vnitřní výztuhy z vlnité lepenky dodávají konstrukci, která má po obvodu umístěn LED pásek, dostatečnou pevnost a odolnost. Dekorativní „hory smetany“ byly vyrobené z kapa desky, přičemž vlak s mostem tvoří samostatná vrstva z plastu. Samotné nanuky tvoří kombinace plastu se speciální matnou samolepkou a reálného dřeva, z něhož je vyrobeno dřívko nanuku.





PULSUJÍCÍ SVĚTELNÝ SHOP-IN-SHOP PEPSI

69

Zadavatel: KMV BEV CZ s.r.o.
Přihlašovatel: POS Media Czech Republic, s.r.o.
Autor: POS Media Czech Republic, s.r.o.
Materiály: Kombinace vlnité lepenky, voštiny a plastu, zabudovaná světla, středový prvek s plechovkou.
Použití: In-store vystavení v hypermarketech Albert. Zvýšení Brand Awareness. Představení nového loga.

Pulsující světla a efekt evokující vlny v pohybu – tak by se dal charakterizovat shop-in-shop vyrobený pro značku Pepsi. Jde o inovativní vystavení, v němž světelné propojení vytváří dynamický vizuální zážitek. Ten jednak přitahuje pozornost zákazníků a jednak podtrhuje moderní a energický charakter značky Pepsi.

Důležitou součástí shop-in-shopu byl i záměr představit novou identitu značky, kde je středovým prvkem plechovka s dominantním logem a elektrizujícími pulsy. Pulsující LED světla pak dotvářejí dojem šířících se vln, a povyšují ho na jakýsi středobod vystavení a poutají k němu pohledy kolemjdoucích. Konstrukce je kombinací vlnité lepenky, voštiny a plastu. Důležitou charakteristikou shop-in-shopu je jeho variabilita, která umožňuje přizpůsobit ho podmínkám konkrétního obchodu.

MODULÁRNY DYNAMICKÝ END-CUP – MULTIBRAND

70

Zadavatel: Plzeňský Prazdroj
Přihlašovatel: Ross s.r.o.
Autor: Ross s.r.o.
Materiály: Oceľová konštrukcia, dibond, LCD monitor, plastové výlisky, LED neón
Použití: Samostatne stojaci endcup s informačným a prezentačným monitorom a variabilným doplnkovým opláštením s možnosťou rýchlej a efektívnej zmeny komunikácia a rovnako aj zmeny brandu s výraznou kapacitou pre umiestnenie produktov.

Jedinečný End-cup, ktorý je určený nie len na jednu kampaň a len pre jeden brand. Výraznú dynamiku a možnosť zmeny kampane z pohodlia kancelárie na všetkých pozíciách podľa potreby a účelu zabezpečuje 75" LCD monitor s brilantnou prezentáciou obrazu a samostatným kanálom na prenos dát, nezávisle na interných sieťach z čela chránený polykarbonátom. Ďalším dôležitým aspektom je rovnako modulárna doplnková vizibilta, t.j. opláštenie základnej robustnej oceľovej konštrukcie s variabilným umiestnením políc s kotvením po okrajoch a výraznou kapacitou pre umiestnenie produktov. Samotné opláštenie definuje brand a dopĺňa dynamickú prezentáciu. Je samostatným dizajnovým prvkom, ktorým je možné meniť charakter vystavenia – v tomto prípade, pre brand Birell, s dominanciou citrusového ovocia doplneného jemnými obrysmi plodov chmeľu. Pre ešte lepšiu viditeľnosť v retailovom priestore sme použili LED neónové linky, použité v obrysoch motívov a nápisov.

GLORIFIER FINLANDIA

71

Zadavatel: Coca-Cola HBC Česko a Slovensko s.r.o.
Přihlašovatel: SPRINT TRADING s. r. o.
Autor: SPRINT TRADING s. r. o.
Materiály: dřevo, sklo, LED
Použití: Prezentace Finlandia

Vystavení pro ultra prémiovou značku je navrženo s cílem přinést do prostorů jedinečnou eleganci a sofistikovanost, která dokonale ladí s charakterem značky. Toto exkluzivní řešení splňuje potřeby jak HoReCa, tak retailových zákazníků a plně odráží estetiku i identitu značky – ať už jde o barvy, tvary nebo jemné detaily.

Vystavení kombinuje moderní design s ikonickými prvky značky, které okamžitě přitahují pozornost a vyvolávají pocit luxusu. Každý prvek, od hladkých linií až po precizně zpracované detaily, zdůrazňuje prémiovost, kterou značka reprezentuje. Toto vystavení zajistí, že produkt vynikne v jakémkoliv prostředí – od stylových kaváren a elegantních butiků až po regály v retailu nebo liquor stores.

IN-STORE BRAND EXPERIENCE MODULÁRNÍ ENDCAP

72

Zadavatel: Plzeňský Prazdroj, a.s.
Přihlašovatel: Plzeňský Prazdroj, a.s.
Autor: fajný dizajn s.r.o.
Materiály: Třetinkový endcap: dibond a plexi.
Radegast endcap: speciální hmota pro výrobu kamenů, dřevo, plast.
Použití: Endcap je vyvinut v rámci In-store Brand Experience a jeho primárním účelem je vizibilita značky, zaujetí spotřebitele a purchase reminder. Je určen pro umístění do čela regálu v off trade, a to jako vstupní čelo pivní sekce nebo v jiné části obchodu.

Endcap je tvořený univerzální konstrukcí osazenou 75" displejem a dekorem, který je možné kdykoli změnit v rámci plánu propagace. Pro účely rebrandingu jsou v současné době vytvořeny 4 dekory a další 2 jsou ve vývoji. Displej zobrazuje aktuální video spoty, které mají za úkol zaujmout spotřebitele a umožnit mu vcítit se do příběhu dané značky.

GLORIFIER FINLANDIA

73

Zadavatel: Coca-Cola HBC Česko a Slovensko s.r.o.
Přihlašovatel: SPRINT TRADING s. r. o.
Autor: SPRINT TRADING s. r. o.
Materiály: dřevo, sklo, LED
Použití: Prezentace Finlandia

Vystavení pro ultra prémiovou značku je navrženo s cílem přinést do prostorů jedinečnou eleganci a sofistikovanost, která dokonale ladí s charakterem značky. Toto exkluzivní řešení splňuje potřeby jak HoReCa, tak retailových zákazníků a plně odráží estetiku i identitu značky – ať už jde o barvy, tvary nebo jemné detaily.

Vystavení kombinuje moderní design s ikonickými prvky značky, které okamžitě přitahují pozornost a vyvolávají pocit luxusu. Každý prvek, od hladkých linií až po precizně zpracované detaily, zdůrazňuje prémiovost, kterou značka reprezentuje. Toto vystavení zajistí, že produkt vynikne v jakémkoliv prostředí – od stylových kaváren a elegantních butiků až po regály v retailu nebo liquor stores.

CEWE VÁNOČNÍ DEKORACE

74

Zadavatel: CeWe Color, a. s.
Přihlašovatel: THIMM
Autor: THIMM
Materiály: Vlnitá lepenka
Použití: V místě prodeje

Pro našeho zákazníka CEWE jsme navrhli a realizovali projekt CEWE vánoční dekorace, který přináší kouzlo Vánoc přímo do obchodních prostor. Naše dekorace zahrnují vánoční domečky z vlnité lepenky, které zdobí výlohy, a jedinečné velké a malé stromky z téhož materiálu. Tyto stromky slouží nejen jako poutavá dekorace, ale také jako funkční nosiče CEWE produktů, konkrétně závěsných kalendářů. Navrhli jsme je s důrazem na estetiku a design, aby harmonicky doplňovaly a vyzdvihovaly vánoční atmosféru obchodních prostor. Domečky a stromky jsou vyrobeny z přírodních materiálů, což dodává pocit tepla a útulnosti. Výroba stromků využívá digitální tisk, který umožnil výrobu v několika jazykových mutacích. Tento přístup zajišťuje flexibilitu a preciznost provedení, což je klíčové pro úspěch v různých regionálních trzích.

FUTURISTICKÝ BRAND HUB VAFO

75

Zadavatel: VAFO PRAHA, s.r.o.
Přihlašovatel: VAFO PRAHA, s.r.o.
Autor: MarketDesign, s.r.o. (Markéta Čichovská), VAFO PRAHA, s.r.o. (Olga Kozminych, Milan Rytíř)
Materiály: dřevo, lamino, svícení
Použití: Shop in Shop pro společnost VAFO PRAHA, s.r.o. představuje moderní, futuristický design, který odráží koncept prodejen budoucnosti. Tento projekt byl navržen s důrazem na vzdušnost a čisté linie, které vytvářejí dojem otevřeného prostoru. Minimalistický, ale přitom promyšlený design umožňuje efektivní prezentaci značek Carnilove a Brit, a zároveň poskytuje zákazníkům komfortní nákupní zážitek.

Futuristický koncept shop in shopu spojuje jednoduchost a eleganci. Světlé barvy, jemné oblouky a promyšlené využití osvětlení vytvářejí pocit vzdušnosti a moderního prostředí. Architektura prostoru je navržena tak, aby zákazníkům poskytovala snadnou orientaci, a zároveň evokovala pocit prodejny budoucnosti. Design zdůrazňuje čisté linie a přirozený přechod mezi jednotlivými částmi prostoru, čímž podporuje intuitivní interakci s produkty.
Shop in Shop využívá originální kombinaci futuristických prvků a technologií. Velká centrální obrazovka hraje klíčovou roli v interakci se zákazníky, když promítá multimediální obsah, který doplňuje zážitek z prohlížení produktů. Tento prvek propojuje fyzický a digitální svět, a tím přináší nové možnosti prodejního procesu. Další inovativní prvek je celková modulárnost prostoru, která umožňuje jeho přizpůsobení na různých prodejních místech.
Tento design plně reflektuje hodnoty a filozofii společnosti Vafo Praha. Bílá barva byla záměrně zvolena pro zdůraznění transparentnosti a funkčnosti produktů, které se zaměřují na prevenci prostřednictvím výživy. Zároveň podtrhuje čisté a přírodní složení krmiv, čímž dokonale odráží péči o zdraví zvířat – základní pilíře značek Carnilove a Brit. Každý detail v obchodě odráží čistotu a ekologickou šetrnost těchto značek, což zákazníkům umožňuje přirozeně propojit produkty s jejich hodnotami. Design také zahrnuje dostatečně velký prostor pro vystavení produktů, který umožňuje přehlednou prezentaci a snadný přístup k informacím o jednotlivých produktech.

KATEGORIE O

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY

PRVKY VYBAVENÍ INTERIÉRŮ OBCHODŮ

POPAI AWARDS

HIBIKI EXHIBITION GROUND

76

Zadavatel: Beam Suntory Deutschland GmbH
Přihlašovatel: Authentica, s.r.o.
Autor: Authentica design
Materiály: Dřevo - LTD, lakovaná MDF
Použití: Nákupní centrum Alsterhaus Hamburg

Vystavení vzniklo u příležitosti uvedení 40leté whisky Hibiki na trh. Největší expozice (viz fotografie) byla umístěna v obchodním domě Alsterhaus v Hamburku, ve čtvrtém patře, v sekci restaurací, alkoholu a lihovin. Na této dvoutýdenní výstavě byla whisky během prvního týdne, který předcházel slavnostnímu odhalení, potažena látkou s vyšitým originálním logem Hibiki. Při dalších třech prezentacích byly použity expozice v menším rozsahu.
Téma expozice se soustředilo na světlé dřevo, tmavé tóny lila a prémiovou estetiku. Toho bylo dosaženo prostřednictvím lakovaných povrchů a zlatých nápisů. Vše probíhalo na základě konzultací zákazníka s naším vývojovým oddělením a následným vzorování a testování různých kombinací povrchových úprav LTD desek, barevných folií a dalších materiálů.
Souprava nábytku byla vyrobena z vysoce kvalitní LTD a lakované MDF desky. Skříňky a stojany byly vybaveny LED osvětlením pro zvýraznění produktu a součástí byly uzamykatelné úložné prostory pro produkty a další potřeby související s prezentací, ochutnávkou a prodejem.

KATEGORIE P

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY

PROSTŘEDKY PRO SLUŽBY PODPORY PRODEJE

POPAI AWARDS

STÁNEK EUCERIN

77

Zadavatel: Beiersdorf spol. s r.o.
Přihlašovatel: DAGO s.r.o.
Autor: DAGO team
Materiály: lamino, sklo, lamely
Použití: pharma konference, festival ELLEphoria 2024

Značka Eucerin se věnuje odborné kosmetické péči na farmaceutické úrovni a vyvíjí výrobky tak, aby zlepšovaly zdraví a krásu pokožky. Výstavní stánek je proto vstupní branou do světa dermatologické péče, která může svým uživatelům změnit život. Finální podoba stánku představuje vrcholnou kombinaci elegance a prémiovosti v čistém provedení. Naším cílem bylo samozřejmě poutavě představit špičkové produkty v péči o pleť a současně zajistit příjemný zážitek příchozím spotřebitelkám. Proto jsme kladli důraz na otevřené a vzdušné provedení. Pro vysoce kvalitní produkty jsme z větší části použili kombinaci skla, lamina a kovových prvků, tyto pak doplňuje podsvícení v klíčových částech vystavení. Nechybí obohacení o LCD obrazovku, prostor pro testery a uzamykatelné oddíly. Variabilita stánku je koncipována pro změnu jednotlivých komponentů tak, aby umožňovala úpravy dle aktuálních potřeb klienta. Výsledek pak nabízí spojení designu a funkčnosti s důrazem na praktičnost a možnost opětovného využití.

GLORIFIER PROUD

78

Zadavatel: Plzeňský Prazdroj a. s.
Přihlašovatel: SPRINT TRADING s. r. o.
Autor: SPRINT TRADING s. r. o.
Materiály: Plast, dřevo, LED
Použití: Prezentace minipivovaru Proud

Prezentér pro pivo Proud, který poutavým způsobem spojuje moderní design a interaktivní prvek. Stojan hravě kombinuje osvětlení a dynamické uspořádání pivních lahví, čímž podtrhuje inovativní a svěží image značky v ON Trade.

GLORIFIER BOMBAY

79

Zadavatel: Coca-Cola HBC Česko a Slovensko s.r.o.
Přihlašovatel: SPRINT TRADING s. r. o.
Autor: SPRINT TRADING s. r. o.
Materiály: dřevo, plast, LED
Použití: Prezentace ginu Bombay na zakázku

Vystavení pro ultra prémiovou značku je navrženo s cílem přinést do prostorů jedinečnou eleganci a sofistikovanost, která dokonale ladí s charakterem značky. Toto exkluzivní řešení splňuje potřeby jak HoReCa, tak retailových zákazníků a plně odráží estetiku i identitu značky – ať už jde o barvy, tvary nebo jemné detaily.

Vystavení kombinuje moderní design s ikonickými prvky značky, které okamžitě přitahují pozornost a vyvolávají pocit luxusu. Každý prvek, od hladkých linií až po precizně zpracované detaily, zdůrazňuje prémiovost, kterou značka reprezentuje. Toto vystavení zajistí, že produkt vynikne v jakémkoliv prostředí – od stylových kaváren a elegantních butiků až po regály v retailu nebo liquor stores.

LIPÁNEK FOTO KELÍMEK

80

Zadavatel: MADETA, a.s.
Přihlašovatel: THIMM
Autor: THIMM
Materiály: Vlnitá lepenka
Použití: Interaktivní foto stanoviště ve formě obřího kelímku Lipánek, které slouží k přilákání dětí i rodičů na dětských akcích.

Pro našeho klienta Madeta jsme vytvořili unikátní prvek podpory prodeje, který se stal hitem na různých dětských akcích. Tento prvek, ve formě velkého kelímku napodobujícího obal produktu Lipánek, slouží jako interaktivní foto stanoviště a láká děti k návštěvě stánku s ochutnávkou produktu. Děti mají možnost vlézt si do obřího kelímku a pořídit si v něm zábavné fotografie, což nejen podporuje zapojení a zájem dětí, ale také zvyšuje viditelnost značky.

Kelímek je navržen s důrazem na atraktivní a věrný design skutečného produktu Lipánek, což posiluje vizuální identitu produktu. Díky jeho velikosti a poutavosti se kelímek stává centrem pozornosti na každé akci, kde je umístěn, a přitahuje nejen děti, ale i jejich rodiče. Tento interaktivní prvek podporuje pozitivní zážitek spojený s produktem a zanechává v návštěvnících nezapomenutelné vzpomínky.

Použití kelímku jako foto stanoviště také podporuje sdílení zážitků na sociálních sítích, což přispívá k dalšímu šíření povědomí o značce. Celkově tento projekt přispívá k posílení vztahu se zákazníky a vytváří jedinečnou příležitost pro propagaci produktu v hravém a přívětivém kontextu.

JOGURTOVÝ BAR PRO YOGGIES

81

Zadavatel: Yoggies s.r.o.
Přihlašovatel: THIMM
Autor: THIMM
Materiály: Vlnitá lepenka
Použití: Expozice pro veletrh For Pets

Pro prestižní prezentaci značky Yoggies na veletrhu For Pets jsme vytvořili výjimečnou expozici nazvanou Jogurtový bar, která je nejen esteticky přitažlivá, ale také plně funkční. Tento projekt je dokonalým příkladem toho, jak lze kreativní design skloubit s ekologickou odpovědností.
Materiálem pro výrobu baru byla vlnitá lepenka, která nám dala volnost vyjádřit originalitu a inovativnost prostřednictvím jedinečných tvarů a struktur. Tímto přístupem jsme posunuli hranice využití běžného materiálu a vytvořili prostor, jenž dynamicky přivítá návštěvníky veletrhu a umožní jim blíže poznat produkty Yoggies.
Jogurtový bar zahrnoval důmyslně navržené pultíky s úložnými prostory, stojan pro televizi v podobě stromu, 3D sochy psů, stěnu s logem a překryv chladniček, což dohromady vytvářelo ucelený a elegantní dojem. Každý detail byl pečlivě promyšlen naším týmem, což se odráží v precizním zpracování a dlouhé životnosti konstrukce.
Design baru posiluje identitu značky a efektivně komunikuje s cílovou skupinou. Díky snadné přemístitelnosti a možnosti opakovaného využití na dalších akcích se bar ukazuje být praktickým a všestranným řešením.

PHILIPS SHAVER STOJAN

82

Zadavatel: Philips Česká republika s.r.o.
Přihlašovatel: Authentica, s.r.o.
Autor: Authentica design
Materiály: Lesklé a matné PMMA + folie
Použití: podpora prodeje

Prémiový produkt Philips Shaver si doslova říkal o netradiční vystavení s použitím prémiových materiálů a kvalitního zpracování, kdy hvězdou celého vystavení bude samotný produkt. Nabíjecí podložka byla využita jako nosný prvek pro strojek, včetně podstavce, který znázorňuje břity holicího strojku. Celý design je proveden v kombinaci zlaté a tmavě modré barvy. Kombinace reprezentuje zlatou barvu reálných břitů a modrou barvu typickou pro značku Philips. Tento decentní vzhled nijak nezastíní samotný produkt, ale naopak zvýrazní jeho detaily.

MODUL PREMIUM GIFTING

83

Zadavatel: STOCK Plzeň-Božkov s.r.o.
Přihlašovatel: King Art POS s.r.o.
Autor: King Art POS s.r.o.
Materiály: PMMA, PVC, Karton
Použití: Vybrané hypermarkety Albert

Čím obdarovat své blízké o Vánocích? S výběrem může pomoci naše modulové vystavení pro prezentaci alkoholu jako prémiového dárku. Je navrženo tak, aby přineslo atmosféru svátečního luxusu a exkluzivity. Tento design kombinuje hluboké královské modré tóny s lesklými zlatými detaily, čímž vytváří vizuálně ohromující dojem a přitahuje pozornost zákazníků v prodejnách.

Modul je navržen tak, aby elegantně vystavil alkoholické lahve jako luxusní dárky. Zlaté vánoční prvky jsou decentně umístěny na klíčových místech – jemné zlaté vločky a ornamenty zdobí hrany jednotlivých bloků a vytvářejí slavnostní atmosféru. Hlavní police jsou obklopeny jemnými zlatými pruhy, které přidávají lesk a zvyšují dojem luxusu.

Dominantou modulu je vitrína z plexiskla, potištěná obdobnými motivy, které spolu s vánočním osvětlením vytvářejí dojem útulnosti a sváteční nálady. Zákazníci tak mají pocit, že vybírají výjimečný dárek pro speciální příležitost. Přejeme Vám hezké Vánoce.

ORIGINÁLNÍ MERCH S DESIGNEM REGIONÁLNÍHO UMĚLCE KAMILA ZAJÍČKA

84

Zadavatel: Pivovary Staropramen
Přihlašovatel: Pivovary Staropramen
Autor: Milena Hasalová, EverWhere, Kamil Zajíček
Materiály: Triko, mikina, taška
Použití: Brandované triko, mikina a taška byly použity jako dárky do QR soutěže probíhající na hospodách a restauracích na Ostravsku. Mechanika: Dej si dvě piva, naskenuj QR kód a vyhraj.

Kvalitní unisex materiály (triko, mikina, taška) jsme kromě loga ozdobili originálním designem, který pro Ostravar navrhl místí umělec a skateboardista Kamil Zajíček. Ostravar se dlouhodobě prezentuje jako regionální značka, která cílí na mladé, což jsme podtrhli právě touto spoluprací s regionálním umělcem. Design merche je tedy nakonec velmi mladistvý a nositelný právě cílovou skupinou Ostravaru.

Malba vznikla na plátně a byla digitálně přenesena na náš merch. Vyobrazuje mladého člověka s kytarou, protože se Ostravar spojuje s hudbou a mladými, dále prvky Ostravy a nesmí chybět ani budova pivovaru Ostravar a jeho logo.

RETRO DÁRKOVÉ BALENÍ KOFOLA

85

Zadavatel: Kofola a.s.
Přihlašovatel: Authentica, s.r.o.
Autor: Authentica design
Materiály: Vlnitá lepenka - FSC (E-vlna CRAFT, EB-vlna CRAFT), tisk WT 250 Durst ECO
Použití: Reklamní dárek

Cílem projektu bylo propojení nostalgického brandu Kofola s Retro eventem v hotelu Intercontinental v Praze. Z tohoto důvodu jsme poukázali na původní logo firmy a firemní identitu. V dárkovém balení jsme záměrně zvýraznili produkty, se kterými se zákazník setkává v trhu napříč segmenty, tedy Kofola 250ml sklo a Kofola 0,5l krýgl.

Z pohledu strategie dlouhodobě zaměřujeme brandovou pozornost na mladou generaci. V tomto případě tomu bylo naopak právě z důvodu retro eventu. Přáli jsme si, aby návštěvníci odcházeli se zážitkem retro eventu s retro edicí Kofola, která k naší historii neodmyslitelně patří.

Základním cílem byla podpora vzájemné spolupráce s hotelovou sítí. Z tohoto pohledu jsme nesmírně rádi, že spokojenost byla na obou stranách.

PREZENTÉR RADEGAST KÁMEN

86

Zadavatel: Plzeňský Prazdroj a. s.
Přihlašovatel: SPRINT TRADING s. r. o.
Autor: SPRINT TRADING s. r. o.
Materiály: karton, kámen, len
Použití: Prezentace Radegast Rázné 10 na slovenském trhu

Pro launch Radegast Rázné 10 na slovenském trhu, jsme cítili potřebu vyvinout něco unikátního, rázného, jako je Radegast desítka sama, abychom našim zákazníkům odprezentovali produkt v prémiové podobě tak, jak si zaslouží. Radegast Rázná 10 je produkt, který má silné propojení s přírodou, kde jeden z hlavních prvků je právě i kámen. Zde vzniknul nápad k vytvoření imitace kamene, jako kartonové odnosky na vzorky produktů v plechovce i ve skle. Uvnitř se nachází otvírák z pravého kamene, kterým spotřebitel zdolá hořkou výzvu a vychutná si hořké osvěžení v podobě Radegast Rázné 10.

MULTIFUNKČNÍ CESTOVNÍ POLŠTÁŘEK 2 v 1

87

Zadavatel: Generali Česká pojišťovna a.s.
Přihlašovatel: RD Present s.r.o.
Autor: RD Present s.r.o.
Materiály: polyester
Použití: Tento multifunkční cestovní polštářek Generali České pojišťovny obdrželi klienti na pobočce jako dárek ke sjednanému cestovnímu pojištění. Myšlenka tohoto dárku má podtrhnout nejen péči o klienty, ale i snahu nabídnout jim produkty, které využijí v reálném životě. Navíc jde o velmi promyšlený marketingový tah, který zvyšuje atraktivitu služeb pojišťovny.

Polštář od Generali České pojišťovny nabízí různé možnosti využití, které z něj činí neocenitelného společníka na cesty. Díky jeho promyšlenému designu jej lze přeměnit na několik způsobů, ať už jde o klasickou oporu krční páteře při dlouhých cestách, nebo pohodlný podklad pod hlavu při odpočinku v letadle, autobusu či vlaku. Některé varianty polštáře mohou být také použity jako bederní opora, což ocení především ti, kdo trpí bolestmi zad během dlouhých sezení. Polštář „Generali“ ukazuje, že i malý dárek může přinést velký užitek.

88

MARŤAHODINKY- LED digitální hodinky s dotykovým displejem

Zadavatel: STADA PHARMA CZ s.r.o.
Přihlašovatel: SPEED PRESS Plus a.s.
Autor: SPEED PRESS Plus a.s.
Materiály: Papír, plast
Použití: Hodinky určené pro dětské klienty byly součástí speciální podzimní akce v roce 2023, kdy byly přibalovány jako dárek k multivitaminům Marťánci. Cílem této kampaně bylo podpořit zdraví dětí v podzimním období, kdy je potřeba zvýšit imunitu, a zároveň přidat atraktivní bonus v podobě hodinek, které měly zaujmout dětské zákazníky a jejich rodiče. Hodinky byly dostupné v omezeném množství a měly za úkol nejen podpořit prodej produktů, ale také posílit značku a vztah zákazníků k produktům Marťánci.

LED digitální hodinky s dotykovým displejem.

ŠKODA PUZZLE

89

Zadavatel: Škoda Auto
Přihlašovatel: BRAND CONCEPT s.r.o.
Autor: Škoda Auto
Materiály: papír, plech
Použití: Škoda puzzle jsou součástí ucelené kolekce Škoda Kids. Všechny předměty slouží jako dárkové předměty pro klienty automobilky nebo je možné je získat při různých prezentačních a společenských akcí, na kterých se klient podílí.
Dárky je rovněž možné i zakoupit na originálním eshopu klienta nebo v showroomech jednotlivých prodejců.

Dětské puzzle jsou zabalené ve stylové plechové dóze.

Ta může sloužit buď jako obal na puzzle (puzzle jdou vhazovat do plechovky otvorem ve víčku), zároveň ale plechovka může sloužit i samostatně jako hezká dětská kasička.

Obal dárku (plechová dóza) tedy plní nejen funkci obalu (obal na puzzle), ale obal může fungovat i samostatně jako kasička.

Výrobek má dva různé designy. První design je v barvě mamba green, který klient používá pro dětskou řadu výrobků a je doplněn o hravé motivy.

Druhý design je ve Škoda barvě emerald green a má čistě vánoční motiv.

GENERALI EKO DÁRKY

90

Zadavatel: Generali Česká pojišťovna a.s.
Přihlašovatel: THIMM
Autor: THIMM
Materiály: Vlnitá lepenka
Použití: Reklamní dárky pro zákazníky

Ve spolupráci s Generali Česká pojišťovna a.s. jsme vytvořili zábavné a praktické reklamní předměty z vlnité lepenky. Naše skládanky jako lvíček potěší děti i dospělé, odnosný obal na lahev je praktickým nástrojem při obdarovávání zákazníků a rámeček na fotky uchová vzpomínky stylově a šetrně k životnímu prostředí. Každý produkt je originální a praktický, navržený s důrazem na detail a hravost. Tyto reklamní předměty vypráví o odpovědnosti a kreativitě, čímž oslovují potřeby moderní doby.

VELIKONOČNÍ KARTONÁDA

91

Zadavatel: Orkla Foods Česko a Slovensko
Přihlašovatel: THIMM
Autor: THIMM
Materiály: Vlnitá lepenka
Použití: V místě prodeje

Naše velikonoční karta z vlnité lepenky přináší svěží vítr do světa udržitelné 3D reklamy. Kombinuje ekologicky šetrný materiál s praktickým využitím, což z ní činí ideální udržitelný reklamní produkt. Tato karta byla navržena speciálně pro slovenský trh, kde je „Velká noc" významným svátkem, a poskytuje zákazníkům nejen estetický zážitek, ale i funkční benefit. Při této velikonoční akci zákazníci obdrželi kartu s laserem vyřezanými vejci, která jednoduše vyloupli a mohli je použít k ozdobení svých domovů. Jemné a zajímavé motivy dodávají produktu unikátní vzhled, zatímco použití vlnité lepenky zajišťuje jeho ekologickou udržitelnost. Tento kreativní dárek k nákupu majonézy a tatarské omáčky DOMA obohacuje zákaznickou zkušenost a podporuje environmentálně odpovědné chování, zatímco posiluje vztah k oblíbenému výrobci a tradicím slovenských spotřebitelů.

T-MOBILE SKÁKACÍ GUMA

92

Zadavatel: T-MOBILE
Přihlašovatel: BRAND CONCEPT s.r.o.
Autor: BRAND CONCEPT
Materiály: Guma, kraftový papír
Použití: Předmět sloužil jako dárkový předmět pro školáky.

T-Mobile dětská guma na skákání byl navržena klientovi po období covidu. Tehdy většina školáků/dětí trávila čas on-line výukou a chyběl jim nejen pohyb ale i sociální kontakt.

Proto jsme s klientem zvolili tento retro dárek, který většina malých školáků možná ani neznala. Tento jednoduchý dárek jim dal příležitost si hravou formou zasportovat v partě kamarádů a na chvíli se tak odtrhnout od telefonů, tabletů. Zároveň jim dal možnost se zvednout z gaučů, kde si pomalu ale jistě zvykli trávit většinu volného času.

Dárek byl sice velmi jednoduchý, ale přesně splnil zadání klienta. Jednoduchý, levný dárek, který děti vytrhne z jejich stereotypů, dostane je zase na čerstvý vzduch mezi jejich kámoše/vrstevníky.

Skákací guma má decentní design v korporátních barvách, logo je řešeno jenom malou kvalitní vetkanou etiketou. Celý dárek je stylově zabalen v kraftové krabičce se zajímavou konstrukcí. Na krabičce je formou piktogramů naznačeno několik způsobů jak gumu skákat.

S vysokou pravděpodobností hraničí s jistotou se dá tvrdit, že se jedná o první použití skákací gumy jako reklamního předmětu :-)

93

PAPER & TEA KALENDÁŘ „OOLONG SECRETS“

Zadavatel: P & T Paper & Tea GmbH
Přihlašovatel: Authentica, s.r.o.
Autor: spolupráce Authentica design a P & T
Materiály: karton, prémiový papír, plátnem potažená lepenka
Použití: adventní kalendář

Zažijte umění oolong čajů s naším exkluzivním adventním kalendářem. Prémiový set obsahuje 18 pečlivě vybraných oolongů z devíti zemí, spolu s ručně vyráběným Gaiwanem od umělkyně Anny Badur. Dva druhy čokolády infuzované oolongem a exkluzivní kniha Oolong Secrets mají za cíl povýšit tento kalendář na vrchol gurmánského zážitku. Jedná se o dokonalý dárek pro čajové znalce, kteří touží po autentické eleganci a neobjevených chutích. Celý je navíc kompletně zabalený do exkluzivního balení z nejlepších materiálů.

VÁNOČNÍ SHOP-IN-SHOP COCA-COLA

94

Zadavatel: Coca-Cola HBC Česko a Slovensko, s.r.o.
Přihlašovatel: POS Media Czech Republic, s.r.o.
Autor: POS Media Czech Republic, s.r.o.
Materiály: Jedná se o kombinaci vlnité lepenky, voštiny a forexu. Pro dodání světelného efektu byly ve věži použity LED pásky, které zdůrazňují design celé instalace. Na výrobu saní bylo využito reálné dřevo, což přidává na autenticitě a luxusním provedení. Celý expozit rovněž obsahuje světelné dioráma Santovy vesničky, které bylo vytvořeno s důrazem na architektonickou přesnost. Dioráma tak autenticky znázorňuje skutečné budovy ze Santovy vesnice ve Finsku.
Použití: In-store vystavení v hypermarketech Albert. Zvýšení Brand Awareness. Propojení vánoční atmosféry, soutěží a ikonického vánočního kamionu Coca-Cola.

Sněhové závěje, Santa Claus a samozřejmě vánoční kamion! Červenobílý shop-in-shop Coca-Cola hraje na vánoční notu, ale kromě komunikace sváteční atmosféry je jeho hlavním cílem propagace soutěže o zájezd do Santovy vesničky ve Finsku. Z toho vychází i světelná dioráma Santovy vesničky. Aby její podoba dokonale odpovídala skutečné Santově vesničce Rovaniemi, autoři překreslili jednotlivé reálné domky a vytvořili tak jedinečný a působivý prvek, který už zdálky upoutá pozornost kolemjdoucích.
Druhou část shop-in-shopu potom tvoří ikonický vánoční kamion, který je se značkou Coca-Cola neodmyslitelně spjatý. Ani v tomto případě však nejde o prvoplánovou komunikaci, ale hypermarket Albert na prvek kamionu napojil svou vlastní soutěž o věcné ceny „Kamion plný dárků“. Vánoční shop-in-shop Coca-Cola tak upozorňuje na několik probíhajících akcí a zároveň umožňuje vystavení velkého množství produktů z portfolia značky.
Právě na velkou kapacitu produktů a luxusní provedení shop-in-shopu s velkým množstvím detailů byl při tvorbě shop-in-shopu kladen mimořádný důraz. Shop-in-shop je vyroben z kombinace vlnité lepenky, voštiny a forexu. Světelného efektu v rámci věže bylo dosaženo použitím světelných pásků a sáně se soby jsou potom vytvořeny z reálného dřeva.

SHOP-IN-SHOP FANTA BEETLEJUICE

95

Zadavatel: Coca-Cola HBC Česko a Slovensko, s.r.o.
Přihlašovatel: DAGO s.r.o.
Autor: DAGO team
Materiály: lamino, plast, karton, holofan, led pásky
Použití: hypermarkety

Značka Fanta se opakovaně s každým blížícím se podzimem převléká do strašidelných podob a příchutí, aby potěšila fanoušky Halloweenu. I letos zůstala částečně tomuto konceptu věrná, když se propojila s Warner Bros. Pictures pro skutečně speciální spolupráci. Tím je pokračování legendárního filmu Tima Burtona Beetlejuice Beetlejuice v doprovodu nápojů Fanta v limitovaném balení. My jsme hororovou-fantasy náladu vtělili do POP média, které nakupující naprosto dostane odvážným vizuálním zpracováním a barevností. Navíc jsme zdolali výzvu zřetelné komunikace spotřebitelské soutěže, v níž mimo jiné jde stylově o únikovou hru v Madridu, a také tzv. limitky, Fanty s novou příchutí Beetlejuice. Navíc vystavení využívá konstrukce z předchozích realizací pro klienta #s novým opláštěním z kombinace plastu a kartonu. Stačí se mrknout na holofan a začít se krásně bát!

SIS PILSNER URQUELL VÁNOCE

96

Zadavatel: Plzeňský Prazdroj Slovensko, a. s
Přihlašovatel: DAGO s.r.o.
Autor: DAGO team
Materiály: karton, plast
Použití: prodejny HM Tesco SK

Vánoční POS médium pro značku všech značek pivního světa navazuje na zpracování z loňského roku, kterému se zaslouženě dostalo mnoho pozornosti. Hodnoty, které tento ikonický brand reprezentuje, jsou totiž neměnné. Je to symbol dokonalé kvality, silného příběhu a prémiového produktu. Proto opět přibližujeme spotřebitelům kouzlo Vánoc, se kterými jsou spjaty šťastné a radostné chvilky výjimečných okamžiků. A právě k nim patří nezapomenutelné zážitky. Díky naší realizaci si mohou nakupující první vánoční emoce zakusit již na prodejní ploše. Přitažlivost plzeňských staveb se násobí prosvícením jejich okýnek, která lákají k návštěvě do tepla ze zasněžených ulic. Dominantním a nepřehlédnutelným prvkem je obrovský holofan, který zprostředkuje jedinečnost a autentičnost značky. Celá realizace s propracovanými detaily se pyšní kombinací barev – zelenou, zlatou a červenou - typickými nejen pro brand samotný, ale i pro nejmilovanější svátky v roce.

JOHNNIE WALKER SHOP IN SHOP

97

Zadavatel: Stock Plzeň-Božkov s.r.o.
Přihlašovatel: King Art POS s.r.o.
Autor: King Art POS s.r.o.
Materiály: Karton, PMMA, Voština
Použití: Vybrané hypermarkety Albert

Představte si vystavení, spojující ekologický přístup s výrazným a moderním designem, který zanechá silný vizuální dojem a zároveň reflektuje hodnoty a kvalitu vystaveného produktu. Přesně takový je shop in shop pro whisky Johnnie Walker. Toto vystavení, vyrobené z kvalitního a pevného kartonu, využívá charakteristické barvy značky Johnnie Walker – luxusní černou, která evokuje sofistikovanost a výraznou žlutou, která přitahuje pozornost a dodává vystavení dynamiku.

Shop In Shop má několik vrstev, kde každá úroveň je pečlivě navržena pro vystavení různých druhů whisky Johnnie Walker. Police jsou zesíleny, aby unesly váhu lahví, ke kterým mají zákazníci snadný přístup. Na čelní straně stojanu dominuje ikonické logo kráčejícího muže, vyvedené v elegantní žluto zlaté barvě. Spolu s nápisem „Johnnie Walker“ a sloganem „Keep Walking“ na žlutém pruhu, který se táhne po celé délce palety. Tento prvek dodává vystavení dynamický vzhled a podporuje povědomí o značce.

To vše vytváří vizuálně atraktivní řešení pro prezentaci whisky Johnnie Walker

LEDNIČKA S TRANSPARENTNÍM DISPLEJEM U-COOL350 PIR

98

Zadavatel: UGO! Media, s.r.o.
Přihlašovatel: UGO! Media, s.r.o.
Autor: UGO! Media, s.r.o.
Materiály: elektronika
Použití: Řešení TLCD dveří ve velké ledničce nabízí dobře viditelné produkty s vysoce kontrastním transparentním displejem, doplněné o další služby. Komunikace je tak originální a přesně tam, kde chcete o vašich produktech nebo značce informovat, ať už se jedná o segment HORECA nebo klasický RETAIL.

Dobře viditelné produkty a kontrastní, barevně věrný obraz na transparentním displeji. Vývojem a testováním jsme dokázali spojit tyto důležité vlastnosti ledničky pro originální komunikaci v místě vystavení. Celé řešení jednotlivých vrstev dveří a sestava LED osvětlení včetně průhlednosti displeje bylo vyvíjeno a testováno v našem vývojovém oddělení. Výroba dveří k ledničce probíhá v ČR. Ovládání obsahu je řešeno vzdáleně bez nutnosti zasahoval přímo na místě umístění. Součástí ledničky je i senzor PIR, který reaguje na přítomnost zákazníka a přehraje mu CTA video. A potřebná data o počtu průchodů, počty otevření dveří a další, je možné podle potřeby dodat do každé ledničky.

99

EKOLOGICKÝ SHOP-IN-SHOP KITKAT

Zadavatel: Nestlé Česko s.r.o.
Přihlašovatel: POS Media Czech Republic, s.r.o.
Autor: POS Media Czech Republic, s.r.o.
Materiály: Vlnitá lepenka a voština s certifikátem FSC, barvy bez chemie, speciální podlahová grafika, která neobsahuje PVC.
Použití: In-store vystavení v hypermarketech Albert. Zvýšení Brand Awareness. Důraz na ekologii.

Horké africké slunce, pod kterým na kakaových plantážích dozrávají ty nejkvalitnější kakaové boby. Podpora farmářů, kteří hospodaří udržitelným způsobem, a především udržitelnost – to jsou stěžejní témata kampaně značky KitKat, na níž měl shop-in-shop odkazovat. Cílem bylo komunikovat 100% udržitelně získávané kakao, z něhož se KitKat vyrábí, a proto bylo jeho podmínkou použití ekologických materiálů a postupů i při výrobě shop-in-shopu.
Na výrobu shop-in-shopu tak byly použity pouze materiály s certifikátem FSC – konkrétně vlnitá lepenka a voština. Tisklo se vodou ředitelnými barvami, které jsou zcela bez chemie. A unikátem je speciální podlahová grafika, která neobsahuje PVC.
Vzhledem k obsahu kampaně a komunikačním cílům klienta bylo potřeba, aby byl Shop-in-Shop nejen vyrobený z ekologických materiálů, ale aby ekologicky působil i na první pohled. Červená barva, která je pro KitKat charakteristická, tak byla zkombinována s designem pytloviny. Ta evokuje pytle, v nichž farmáři kakaové boby převážejí, a zároveň odkazuje na tradici, určitou „rodinnost“ a udržitelný způsob pěstování kakaa. Výsledný dojem byl ještě podpořen vizuálem stromu a kakaových bobů, které koncept doplňují a podtrhují jeho celkové vyznění.

UDRŽATEĽNEJŠÍ PREDBALENÝ STOJAN MILKA

100

Zadavatel: Smurfit Kappa Group
Přihlašovatel: Mondelez Czech Republic s.r.o.
Autor: Mondelez Czech Republic s.r.o.
Materiály: vlnitá lepenka
Použití: Predajný stojan s in-store komunikáciou pre podporu predaja.

Stojan Milka je vyrobený zo 100% recyklovateľného materiálu. Neobsahuje žiadne plastové prvky či lamináciu. Vďaka týmto vlastnostiam je stojan možné opätovne celý zrecyklovať, a to bez akýchkoľvek ďalších odpadov.
Stojan používa menej farieb, vďaka čomu vo výrobnom procese šetrí vodu a energiu .
Pre lepšiu sýtosť farieb a kontrast sa využíva kombinácia tlače flexo a digitál. Farby sú nezávadné, fungujú na vodnej báze a neobsahujú žiadne ťažké kovy.
Kontrastu medzi hnedou farbou stojanu a farbou produktu pomáha našim produktom lepšie vyniknúť.

DEKORACE PRO EURO 25 LET

102

Zadavatel: Euro.cz
Přihlašovatel: THIMM
Autor: THIMM
Materiály: Vlnitá lepenka
Použití: Dekorace pro slavnostní večer EURO 25 & Young Blood Awards

Pro slavnostní večer EURO 25 & Young Blood Awards, který se odehrál v majestátním prostředí Martinického paláce na Hradčanech, jsme vytvořili dekorace, které dokonale rezonovaly s atmosférou události. Naše dekorace byly vyrobeny pouze z vlnité lepenky a díky vhodnému návrhu a pečlivému zpracováním se nám podařilo podpořit slavnostní a elegantní ráz celé akce.

Naše dekorace zahrnovaly:
- Bloky s logem EURO a nápisem "25 let" s nasvětlenou grafikou ve stylu novinového článku.
- Impozantní stěny s logy partnerů, které dodaly prostoru profesionální vzhled.
- Malířské stojany prezentující vybrané obálky týdeníku EURO, jež přinesly vizuální zajímavost.
- Zástěny do exteriéru, které funkčně a esteticky oddělily různé části venkovního prostoru.
- Fotostěny, které sloužily jako oblíbené místo pro pořízení vzpomínkových fotografií.

Díky kreativnímu využití vlnité lepenky jsme dosáhli nečekané elegance a rafinovanosti. Tento materiál nabídl jedinečnou estetiku i ekologickou udržitelnost, které oslnily hosty i pořadatele.

PRODEJNA CARNILOVE & NORDIC CRAFT

103

Zadavatel: VAFO PRAHA, s.r.o.
Přihlašovatel: VAFO PRAHA, s.r.o.
Autor: MarketDesign, s.r.o. (Markéta Čichovská), VAFO PRAHA, s.r.o. (Milan Rytíř, Karolína Kristová), Nordic Craft, s.r.o. (Matouš a Míša Löbl)
Materiály: dřevo masiv, překližka, kov
Použití: Prodejna & Showroom - Mělník

Dříve než Nordic Craft, vznikla potřeba najít produkty jak pro pobyt v přírodě, ale pro denní potřebu na které se můžeme opravdu spolehnout. Produkt, který i přes pravidelné používání neztrácí funkci ani svou krásu, ale získává patinu a příběh. Pár takových jsme našli a při troše zkoumání jsme zjistili, že produkty různých značek mají jedno společné… místo původu - Skandinávie. Sever jsme vždy měli velmi rádi a tento dílek byl poslední před vznikem Nordic Craft. Naším cílem je prozkoumat sever a nabídnout našim zákazníkům to nejlepší co ze své produkce nabízí. Aktuálně nabízíme přes 50 skandinávských značek, pro které není udržitelnost a kvalita jen reklamní motto. Přesně díky těmto přísným nárokům při výběru krmiva pro naše psí parťáky jsme narazili na Carnilove za kterým stojí lidé s podobně vysokými nároky a nadšením pro věc. Carnilove dodává našim psím parťákům energii a sílu nejen na cesty a my zase zajištujeme to nejlepší pro jejich páničky. To nás vedlo k myšlence společné prodejny. Udržitelné propojení nabídky kvalitního outdoorového oblečení a petfoodu přineslo netradiční kombinaci pro zážitek z nákupu. Provoněná prodejna dřevem, napětí, přirozený smysl pro dobrodružství, přiblížení atmosféry severských zemí, to vše najde zákazník v této fúzi.

BELENKA – KOMPLEXNÁ REALIZÁCIA PREDAJNE

104

Zadavatel: BeLenka
Přihlašovatel: Ross s.r.o.
Autor: Ross s.r.o.
Materiály: bio doska , akrylát, LED, LCD monitor, svetlovodivý baner
Použití: Vybavenie predajne v obchodnom centre

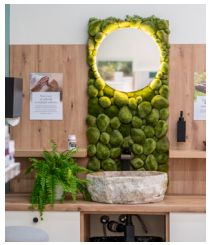
Be Lenka je slovenská značka vyrábajúca prémiové barefoot topánky a ergonomické nosiče pre deti, ktorej víziou je zmeniť obúvacie a pohybové návyky ľudí po celom svete. Kvalitná ručná výroba, inovácie a udržateľnosť sú pevne zakorenené v jej DNA. Rovnakú DNA nesie aj koncept vybavenia kamenných predajní, ktoré sme v Rosse nadizajnovali, vyrobili a spolu so stavebnými úpravami priniesli zákazníkovi.
V kontexte prírodných farieb sme ako základ pre vybavenie použili bio dosku (ako ekologická alternatív pre nábytkársky priemysel), ktorá je súčasťou všetkých predajných prvkov (pokladničný pult, sedenie, produktové steny, opláštenia pre digital signage). Dôležitou súčasťou projektu bol návrh a výber aj ostatných použitých materiálov a ich správna farebná kombinácia s dôrazom na detaily, čím sme dosiahli zachovanie vzdušného priestoru, mäkkého a teplého pocitu. Bez kompromisov sú použité nie len doplnky, ale aj pre koncept veľmi dôležité-živé rastliny, prírodné kamienky pri rastlinách a veľké kamene pri LCD totemoch. Okrem totemov sú v produktových stenách ďalšie LCD monitory ako súčasť komplexnej digital prezentácie. Ostatné svetelné prvky sú vyhotovené v rôznej intenzite nasvietenia, s dohľadom na umiestnenie a značku. Intenzitu podsvietenia steny s prírodným motívom za pokladničnou zónou je možné ovládať, prípadne použiť aj dynamický mód jej veľmi jemného pulzovania- dýchania.

RENOVACE NÁPOJOVÉ SEKCE TERNO HRADEC KRÁLOVÉ

105

Zadavatel: Plzeňský Prazdroj, a.s.
Přihlašovatel: Plzeňský Prazdroj, a.s.
Autor: DEKOR, spol. s r.o.
Použití: Koncepční řešení nápojové sekce pro velkoobchod Terno.

Cílem bylo vytvořit moderní a příjemné prostředí odpovídající současným požadavkům nakupujících, ale také přilákat nové nakupující, kterým do této chvíle mohlo vadit lehce „velkoobchodní" prostředí, a podporovat je v objevování a trávení více času v pivní sekci. Nápojová sekce je rozdělena na pivní a nealko zónu. Každá má vlastní grafickou navigaci skládající se z topperů přes celou šíři regálu, bočních lišt, osvětlení a shelfstopperů na otočných pantech. I tak celkový design ladí napříč celou nápojovou sekcí. Osvětleny jsou toppery, boční lišty a zároveň jsou vnitřně nasvíceny samotné regály. V kegové sekci jsou instalovány stylové dřevené zástěny. Z materiálů byl primárně využit tahokov, dále dřevo a další materiály s dřevěným dekorem. Ukotvení regálů je chráněno před nárazy pomocí gumových nárazníků.



NOBILIS TILIA s.r.o. PRODEJNA AVION OSTRAVA

106

Zadavatel: Nobilis Tilia s.r.o
Přihlašovatel: Moris design s.r.o.
Autor: Moris design s.r.o.
Materiály: Květinové aranžmá, dřevěná masivní deska, kulatina - sušený akát, DTDL, LAM - Boardy světelné / nesvětelné.
Použití: Prodejna Nobilis Tilia, Rudná 3114/114, 700 30 Ostrava, Zábřeh
Instalace: 06.11.23 – 08.11.23, Termín předání 11.11.2023

První prodejna Nobilis Tilia v obchodním centru. „Prodejna je koncipovaná jako zážitková a propisuje do konceptu krásy Českého Švýcarska". Hlavním prvek, který má zaujmout ihned u vchodu do prodejny je světelný T-Board nad pokladnou, přírodní prvky a osvětlení. Z hlavní pasáže zákazníky upoutá zelená stěna na hlavní výloze prodejny. Prodejna disponuje prezentačními stolky, prodejním ostrůvkem z masivu. Vše je krásně propojeno přírodními prvky, které propojují nabízenou českou kosmetiku s přírodou.

RŮŽOVÝ SLON WESTFIELD CHODOV

107

Zadavatel: Růžový slon s.r.o.
Přihlašovatel: Moris design s.r.o.
Autor: Moris design s.r.o.
Materiály: LTD W1000 SM Premium bílá, PVC Flexar PUR 603-02, Lamely, Mozaika na vstupu
Použití: Prodejna: Westfield Chodov, Roztylská 2321/19, 148 00 Praha 4 - Chodov
Instalace: 09.05.-10.05.2024, Termín otevření: 29.05..2024

Nová prodejna, která se nachází v obchodním centru Westfield Chodov. Její impozantní vchod je situován tak, aby klientům zajistil naprosté soukromí - proto je vstup oddělen lamelami. Neonové světelné logo je hlavním prvkem.

A. C. SPARTA PRAHA FAN SHOP

108

Zadavatel: Footballmania s.r.o.
Přihlašovatel: Moris design s.r.o.
Autor: Moris design s.r.o.
Materiály: Světelná loga, LTD, kov, dřevo.
Použití: Prodejna: Letiště Václava Havla. Termín otevření nové prodejny: 05. 08. 2024

Nová prodejna, která se nachází na Terminálu 2, byla slavnostně otevřena 5. srpna ve spolupráci se společností Footballmania a.s. S impozantní rozlohou 274 m, se jedná o jeden z největších sportovních klubových fanshopů v zemi. Design prodejny, kombinující černou a červenou barvu s prvky dřevodekoru a tahokovu, odkazuje na přezdívku "železná Sparta".

Nejvýraznější je světlený T-Board u vstupu do prodejny, který vede v celé její šíři – shopfront 28,3 m. Dominantní prvkem je centrální pódium se stropním kruhovým osvětlením, uprostřed prodejny.

KNIHKUPECTVÍ MARTINUS

109

Zadavatel: Martinus, s.r.o.
Přihlašovatel: Moris design s.r.o.
Autor: Moris design s.r.o.
Materiály: DTDL, kov, dřevo, industriální prvky
Použití: Knihkupectví Martinus – OC Mirage, Námestie A. Hlinku 7/B, 513 Žilina
Instalace: 07.10.-11.10.2024, Termín otevření: 12.10.2024

Společnost Martinus.sk se řadí k největším internetovým knihkupectvím na Slovensku a celkově druhým největším knihkupcem. Celková plocha činí 359,85 m². Martinus přišel s ověřeným konceptem, který již na Slovensku funguje. Součástí knižního ráje je i kavárna integrovaná přímo do prostor knihkupectví. Regálové prvky jsou vedeny do oblouku, aby byl by využit celkový prostor. Nejvýraznějším prvek je stěna sestavená z otevřených knih, na kterých je umístěno světelné logo Martinus.

LAGARDERE – PRAŽSKÝ HRAD

110

Zadavatel: Lagardere Travel Retail s.r.o.
Přihlašovatel: Moris design s.r.o.
Autor: Moris design s.r.o.
Materiály: Plechové regály, LTD, Perforovaný plech, dřevo
Použití: Prodejna: Pražský hrad
Instalace: 09.05.-10.05.2024, Termín otevření: 29.05.2024

Jedná se o první prodejnu Discover Prague Castle, kterou naleznete v budově Nového Proboštství v Areálu Pražského hradu! V prodejně o velikosti 54,9 m², jsme se jedinečným interiérem snažili nabudit slavnostní atmosféru a oslovit každého zákazníka od občerstvení až po suvenýry, například s motivy Alfonse Muchy, nebo až mýtického Franze Kafky a jeho děl. Celá prodejna má působit staročeským dojmem a poukázat na pražské památky a historii. Nejvýraznějším prvkem je silueta pražského hradu na perforovaném plechu. Zároveň je i nepřehlédnutelný atypický pokladní stůl, výrazný křišťálový lustr a otočné magnetické stojany.

ROSSMANN VÁCLAVSKÉ NÁMĚSTÍ

111

Zadavatel: Rossmann, spol. s.r.o.
Přihlašovatel: Moris design s.r.o.
Autor: Moris design s.r.o.
Materiály: Lamely, Plexi, HPS, dřevo, PVC, DTD, hliník, mech
Montáž: 11.12 - 15.12.2024
Otevření 26. 1. 2024

Jedná se o Rossmann drogerii s 755 m² prodejní plochy rozdělenými do třech pater v sobě. Prodejna je koncipována tak, aby byly zákazníkovi ukázány nejen vybrané novinky na trhu, ale zároveň byl také edukován. V rámci dekorativní kosmetiky je k dispozici také první dvoumetrový stojan dekorativní kosmetiky L'Oréal Paris v ČR, který je unikátní svým zaoblením. Exkluzivní značka NYX Professional Make Up je na prodejně umístěna v rámci čtyřmetrové stěny. Prodejna je vybavena samoobslužnými pokladnami, dětským koutkem. Logo je umístěno v mechovém podloží.

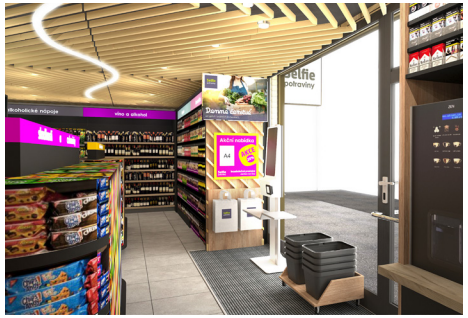
SAMSUNG GALAXY
NEW PRODUCT LAUNCHING POP-UP EVENT - MALL OF BERLIN

112

Zadavatel: Samsung
Přihlašovatel: Cheil Czech
Autor: Cheil Czech – Shoptect
Materiály: Plast, kov, sklo, dřevo, LED obrazovky, dotykové panely, tiskoviny.
Použití: Exponát sloužil k představení nové řady telefonů Samsung Galaxy Z Fold a Galaxy Z Flip. Interaktivní zážitkový stánek umožňoval zákazníkům prozkoumat různé technologie a inovace prostřednictvím zón, jako jsou Galaxy AI Experience, New Way to Get Things Done, New Way to Communicate, New Way to Create, Olympic Heritage Zone a Accessory & Sales.

Samsung Galaxy Experience v Mall of Berlin je navržen jako komplexní pop-up koncept, inspirovaný Galaxy Voyage, unikátní cestou za poznáním s využitím Galaxy AI. Tento projekt představuje skládací telefony Galaxy Z Fold a Galaxy Z Flip v atraktivním a funkčním prostoru, kde zákazníci mohou prozkoumat nové technologie v interaktivních zónách zaměřených na AI, kreativitu, komunikaci a další aspekty.

Prostorný a přehledný layout stánku, rozdělený na tematické sekce, nabízí snadnou orientaci a plynulý pohyb mezi jednotlivými technologiemi. Design zdůrazňuje inovativní a udržitelný přístup Samsungu díky použití ekologických materiálů a energeticky efektivního LED osvětlení.



FUTURESHOP 24/7

113

Zadavatel: KNOWINSTORE s.r.o.
Přihlašovatel: KNOWINSTORE s.r.o.
Autor: KNOWINSTORE s.r.o.
Materiály: Dřevo, kov, plast, LED osvětlení
Použití: Nová rezidenční zóna Zátiší Praha Lysolaje

Futureshop 24/7 je revoluční koncept, který vznikl spoluprací společností KNOWINSTORE s.r.o. a MORIS design s.r.o. Jedná se o plně automatizované prodejny, které umožňují prodej bez ohledu na čas a přítomnost personálu. Tento inovativní systém kombinuje samoobslužné technologie a bezpečnostní prvky, jako je BankID, které zákazníkům poskytují nepřetržitý přístup k produktům. Bezobslužná řešení snižují provozní náklady, zvyšují efektivitu retailerů a spotřebitelům nabízejí absolutní svobodu nákupu kdykoliv, ať už během dne nebo v noci. Prodejny se tak stávají ideálním řešením pro moderní podniky.

PRODEJNA CARNILOVE & NORDIC CRAFT

114

Zadavatel: VAFO PRAHA, s.r.o.
Přihlašovatel: VAFO PRAHA, s.r.o.
Autor: MarketDesign, s.r.o. (Markéta Čichovská), VAFO PRAHA, s.r.o. (Milan Rytíř, Karolína Kristová), Nordic Craft, s.r.o. (Matouš a Míša Löbl)
Materiály: dřevo masiv, překližka, kov
Použití: Prodejna & Showroom - Mělník

Dříve než Nordic Craft, vznikla potřeba najít produkty jak pro pobyt v přírodě, ale pro denní potřebu na které se můžeme opravdu spolehnout. Produkt, který i přes pravidelné používání neztrácí funkci ani svou krásu, ale získává patinu a příběh. Pár takových jsme našli a při troše zkoumání jsme zjistili, že produkty různých značek mají jedno společné… místo původu - Skandinávie. Sever jsme vždy měli velmi rádi a tento dílek byl poslední před vznikem Nordic Craft. Naším cílem je prozkoumat sever a nabídnout našim zákazníkům to nejlepší co ze své produkce nabízí. Aktuálně nabízíme přes 50 skandinávských značek, pro které není udržitelnost a kvalita jen reklamní motto. Přesně díky těmto přísným nárokům při výběru krmiva pro naše psí parťáky jsme narazili na Carnilove za kterým stojí lidé s podobně vysokými nároky a nadšením pro věc. Carnilove dodává našim psím parťákům energii a sílu nejen na cesty a my zase zajišťujeme to nejlepší pro jejich páničky. To nás vedlo k myšlence společné prodejny. Udržitelné propojení nabídky kvalitního outdoorového oblečení a petfoodu přineslo netradiční kombinaci pro zážitek z nákupu. Provoněná prodejna dřevem, napětí, přirozený smysl pro dobrodružství, přiblížení atmosféry severských zemí, to vše najde zákazník v této fúzi.

BELENKA - KOMPLEXNÁ REALIZÁCIA PREDAJNE

115

Zadavatel: BeLenka
Přihlašovatel: Ross s.r.o.
Autor: Ross s.r.o.
Materiály: bio doska , akrylát, LED, LCD monitor, svetlovodivý baner
Použití: Vybavenie predajne v obchodnom centre

Be Lenka je slovenská značka vyrábajúca prémiové barefoot topánky a ergonomické nosiče pre deti, ktorej víziou je zmeniť obúvacie a pohybové návyky ľudí po celom svete. Kvalitná ručná výroba, inovácie a udržateľnosť sú pevne zakorenené v jej DNA. Rovnakú DNA nesie aj koncept vybavenia kamenných predajní, ktoré sme v Rosse nadizajnovali, vyrobili a spolu so stavebnými úpravami priniesli zákazníkovi.
V kontexte prírodných farieb sme ako základ pre vybavenie použili bio dosku (ako ekologická alternatív pre nábytkársky priemysel), ktorá je súčasťou všetkých predajných prvkov (pokladničný pult, sedenie, produktové steny, opláštenia pre digital signage). Dôležitou súčasťou projektu bol návrh a výber aj ostatných použitých materiálov a ich správna farebná kombinácia s dôrazom na detaily, čím sme dosiahli zachovanie vzdušného priestoru, mäkkého a teplého pocitu. Bez kompromisov sú použité nie len doplnky, ale aj pre koncept veľmi dôležité-živé rastliny, prírodné kamienky pri rastlinách a veľké kamene pri LCD totemoch. Okrem totemov sú v produktových stenách ďalšie LCD monitory ako súčasť komplexnej digital prezentácie. Ostatné svetelné prvky sú vyhotovené v rôznej intenzite nasvietenia, s dohľadom na umiestnenie a značku. Intenzitu podsvietenia steny s prírodným motívom za pokladničnou zónou je možné ovládať, prípadne použiť aj dynamický mód jej veľmi jemného pulzovania- dýchania.

KVARTÁLNÍ KAMPAŇ PRO NÁKUPNÍ CENTRUM QUADRIO - JÍDLO O LEVEL VÝŠ

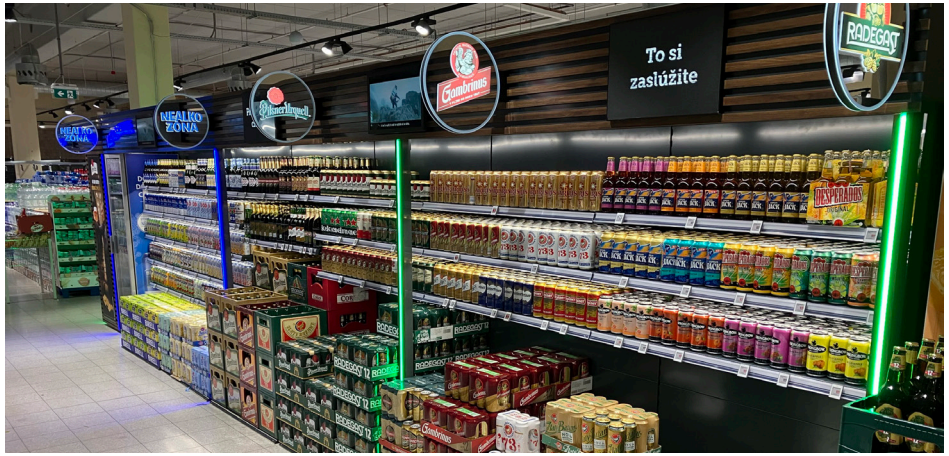
116

Zadavatel: OC Quadrio
Přihlašovatel: WELLEN a.s.
Autor: WELLEN a.s.

Cíl a pozadí projektu: Zvýšit návštěvnost a povědomí o široké nabídce obchodů a restaurací. Jarní kampaň se zaměřuje na Food Level, který nabízí možnosti pro rychlé obědy, večeře nebo obchodní schůzky u kávy. Díky své skvělé poloze v centru Prahy je Quadrio ideální destinací pro každodenní nákupy a obědovou pauzu.

Kreativní řešení: Hlavní myšlenkou kampaně bylo sdělení o nekonečném výběru jídel a míst ke stravování, které podpořily silné vizuály a titulky, jež vedly návštěvníky ke kavárnám a restauracím. Vznikla kampaň s tématem roztomilých a barevných Pac-Manů, které oslovily naši cílovou skupinu. Pac-Man je ikonou ve videohrách a popkultuře, což z něj činí ideální výchozí bod pro retailovou kampaň, kterou každý hned pochopí: v Quadriu posouváme jídlo o level vyš. Důležitým prvkem byla jarní aktualizace speciální instalace VOID, umístěné vedle hlavních eskalátorů v nákupním centru. VOID je upraven na míru pro každou kvartální kampaň a všechny prvky jsou navrženy a připraveny pro toto speciální instore médium, vytvořené jen pro Quadrio.

Výsledky projektu: Pomocí konzistentní instore komunikace a zvětšených modelů jídla v instalaci VOID jsme přitáhli pozornost k Food Levelu v Quadriu. Úspěšně jsme doručili kampaň, která byla viditelná na všech mediálních kanálech a přilákala více návštěvníků na nejvyšší patro nákupního centra.



PIVNÍ SEKCE COOP NITRA

117

Zadavatel: Plzeňský Prazdroj, a.s.
Přihlašovatel: Plzeňský Prazdroj, a.s.
Autor: WANZL SK, s.r.o.

Cíl a pozadí projektu: Cílem projektu bylo zvýšení atraktivity pivní sekce, snadnější orientace a navigace pro spotřebitele, zvýšit traffic a strávený čas v pivní sekci.
Strategické řešení: Moderní, prémiové řešení s využitím světelných prvků k upoutání pozornosti spotřebitele a pro jasné oddělení alko a nealko sekce.
Kreativní řešení: Alko a nealko sekce jsou jasně oddělené pomocí barevných LED lišt. Vytvořena tzv. nealko zóna zastřešující nealkoholická piva, kterému je věnované i čelo sekce. Nad regály je umístěn prémiový topper s video obsahem na TV. Brandované výstrče nenásilně zapadají do celého konceptu a mají vlastní osvětlení.
Výsledky projektu: Velmi pozitivní zpětná vazba, výrazné zlepšení vizibility pivní sekce, podpora klíčových brandů Plzeňského prazdroje.

MÁJKA BIATLONOVÁ KAMPAŇ

118

Zadavatel: Orkla Foods Česko a Slovensko, a.s.
Přihlašovatel: Orkla Foods Česko a Slovensko, a.s.
Autor: DAGO s.r.o.
Materiál: Karton, Kapa line
Použití: Vystavení bylo umístěno na vybraných hypermarketech.

Cíl a pozadí projektu: Kampaň značky Hamé staví na dlouhodobém partnerství s českým biatlonem a tváři Michala Krčmáře. Cílem bylo zvýšit povědomí o značce Májka jako tradičního českého produktu spojeného s úspěchem a vítězstvím. Vystavení bylo navrženo jako součást 360° kampaně, která měla podpořit prodej trvanlivých paštik a zvýšit jejich viditelnost. Trikolora a sportovní motivy měly vytvořit silnou asociaci s národními hodnotami, což je klíčový aspekt značky Májka. Cílem bylo oslovit nejen tradiční zákazníky, ale i novou cílovou skupinu, která je motivována českými sportovními úspěchy.
Strategické řešení: Návrh vystavení propojuje značku Májka s českým biatlonem pomocí výrazné žluté barvy a 3D prvků (medaile, běžky, biatlonista), čímž přitahuje pozornost a komunikuje spojení se sportem. Vystavení doplňuje pexeso pro děti a efektivně využívá prostor pro zvýšení viditelnosti produktu a asociaci s biatlonem. Shop-in-shopy nabízí přehledné vystavení produktů, které láká k interakci a nákupu. Hlavním prvkem je slogan „Vezmi si zlatou!“, propojující vizuální komunikaci s motivací a emocemi zákazníků, a umocňující produktové vystavení a nákupní motivaci.
Kreativní řešení: Vystavení značky Májka propojuje biatlon s využitím 3D prvků jako medaile, běžky a pexeso, což přitahuje pozornost a evokuje hrdost a vítězství. Jasně žlutá barva zajišťuje vysokou viditelnost na prodejní ploše. Kvalitní materiály a dynamické 3D prvky podporují sportovní atmosféru, čímž oslovují tradiční zákazníky i fanoušky českého sportu. Sportovní motivy a vizuály biatlonistů rezonují s národní hrdostí a zvyšují atraktivitu značky a chuť k nákupu.
Výsledky projektu: Kampaň v rámci daného řetězce pomohla zlepšit viditelnost značky, zvýšit loajalitu zákazníků a přispěla k dlouhodobému nárůstu prodejů trvanlivých paštik a pomazánek o 10%

INTEGROVANÁ KAMPAŇ MAGNUM V MÍSTĚ PRODEJE

119

Zadavatel: UNILEVER ČR, spol. s r. o.

Přihlašovatel: POS Media Czech Republic, s.r.o.

Autor: POS Media Czech Republic, s.r.o.

Cíl a pozadí projektu: Cílem projektu bylo vytvoření inovativního a působivého shop-in-shop řešení pro značku Magnum v hypermarketech Albert. Hlavním záměrem bylo zvýšit povědomí o nových příchutích a podpořit prémiový charakter značky, což bylo důležité pro upevnění loajality zákazníků a zvýšení prodejů. Projekt také usiloval o zajištění viditelnosti produktů v konkurenčním prostředí, což vyžadovalo kreativní a poutavý přístup k designu a expozici značky.

Strategické řešení: Strategickým cílem bylo propojení vizuální atraktivity s funkčností expozice. Kombinací shop-in-shop konceptu s brandingem uličky a kreativním použitím POS materiálů se podařilo vytvořit jednotnou komunikaci značky. Důraz byl kladen na prémiový vzhled, využití prostoru v obchodě a zajištění maximální viditelnosti pro nové produkty.

Kreativní řešení: Kreativní část projektu zahrnovala nasazení moderní a inovativní konstrukce shop-in-shopu. Byly využity voštinové desky, které dodávaly expozici stabilitu, přičemž byly doplněny o dekorativní prvky, jako například „hory smetany“ a polystyrenové modely nanuků. LED totemy a osvětlení přispěly k celkovému zážitku z nakupování a umocnily vizuální dojem. Každý prvek expozice byl pečlivě navržen tak, aby zvýšil povědomí o značce a komunikoval novinky klientům přímo v místě prodeje.

Výsledky projektu: Projekt přinesl zvýšení povědomí o značce a nových příchutí. Vizuálně atraktivní expozice přitáhla pozornost zákazníků a zvýšila jejich interakci se značkou.

120

HOKEJOVÁ FANZÓNA COCA-COLA NA HARFĚ

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

Přihlašovatel: POS Media Czech Republic, s.r.o.

Autor: POS Media Czech Republic, s.r.o.

Cíl a pozadí projektu: Cílem projektu bylo zvýšit povědomí o značce Coca-Cola jako oficiálním partnerovi hokejového šampionátu 2024 a propojit fanoušky prostřednictvím interaktivní kampaně. Akce probíhala v obchodním centru Galerie Harfa, kde jsme vytvořili fanzónu, která přinesla jedinečný zážitek pro návštěvníky a fanoušky hokeje. Cílem bylo také posílit brand awareness a podpořit prodej produktů značky Coca-Cola během šampionátu, který navštívilo 790 000 fanoušků.

Strategické řešení: Navrhli jsme integrovanou kampaň zahrnující kompletní branding celého obchodního centra včetně venkovní chill-out zóny na terase. Součástí fanzóny byly různé aktivity s hokejovou tematikou, které bývily návštěvníky 12 hodin denně po celých 6 týdnů. Kromě brandingových prvků jsme zajistili i živé přenosy zápasů a interaktivní hry, které návštěvníky přímo vtahovaly do atmosféry šampionátu.

Kreativní řešení: Fanzóna měla tvar stylizovaného hokejového puku, který už zdálky přitahoval pozornost návštěvníků. Kromě toho zde byly umístěny prvky z červeného lamina, dřevěné panely vyztužené železem a světelná čepice. Fanzóna nabízela air hockey, hokejové piškvorky, soutěžní hokejové kvízy a fotokoutek. Chill-out zóna na terase sloužila jako místo pro relaxaci a zábavu během živého vysílání zápasů. Celkově jsme fanouškům rozdali více než 5 000 dárků a vytvořili jsme elektrizující atmosféru, kde si každý mohl najít něco svého.

Výsledky projektu: Během šesti týdnů jsme přitáhli pozornost tisíců návštěvníků, kteří si užívali atmosféru šampionátu přímo v obchodním centru. Fanzóna se stala místem setkávání a zábavy, kde se podařilo vytvořit jedinečný zážitek a podpořit image značky Coca-Cola.

ACC POP UP KIOSK

121

Zadavatel: Samsung Electronics CZ/SK

Přihlašovatel: Cheil Czech

Autor: Cheil Czech

Použití: Prezentace a prodej Galaxy příslušenství mimo tradiční prodejní SBS prostředí pro klienta Samsung. Exponát slouží jako walk-through pop-up kiosk (Košice, Bratislava Avion, Bratislava Nivy), který umožňuje přímou interakci zákazníků s širokou škálou produktů Galaxy Accessories v kompaktním a vysoce funkčním designu.

Cíl a pozadí projektu: Projekt vznikl s cílem zvýšit prodej Galaxy příslušenství mimo tradiční prodejní prostředí Samsung Brand Store (SBS) a zvýšit povědomí o značce. Důvodem tohoto přístupu bylo umožnit přímý kontakt zákazníků s produkty v prostředí, které je dostupnější a nabízí širší spektrum interakce. Cíle projektu zahrnovaly uvedení nového portfolia příslušenství Galaxy na trh a podpoření pozitivní image značky prostřednictvím inovativní a komfortní prezentace produktů.

Strategické řešení: Tento pop-up stánek byl navržen jako inovativní mechanika, která efektivně využívá omezený prostor a zároveň nabízí rozsáhlou možnost prezentace produktů Galaxy Accessories. Stánek je modulární, což umožňuje jeho snadné přizpůsobení různým lokalitám (Košice, Bratislava Avion, Bratislava Nivy). Propojenost s instore marketingem je posílena vizuálními a interaktivními prvky, které podporují značku Samsung. Řešení je komplexní a inovativní, protože propojuje produktovou prezentaci s komfortem zákazníka, který má možnost produkty prohlédnout v klidu, s dostatkem soukromí.

Kreativní řešení: Pop-up stánek přináší kreativní a inovativní design, který přenáší zážitek z klasického prodeje příslušenství do kompaktního, ale funkčního prostředí. Vizuální působení je posíleno použitím moderních materiálů jako je sklo, kov a LED panely, které vytvářejí prémiový vzhled. Inovativnost řešení spočívá v možnosti jednoduché rozpracovatelnosti do jiných typů instore komunikačních prvků. Atraktivita pro cílovou skupinu je zajištěna díky snadné dostupnosti a možnosti přímé interakce s produkty v pohodlném a vizuálně výrazném prostředí.

Výsledky projektu: Projekt vedl ke zvýšení prodejů příslušenství Galaxy ve srovnání s tradičními SBS prodejnami a také ke zvýšení návštěvnosti pop-up kiosků, což výrazně podpořilo povědomí o značce. Atraktivní design a interaktivní prvky stánku přispěly k pozitivnímu vnímání značky Samsung jako technologického lídra, který klade důraz na zákaznický zážitek. Zákazníci měli možnost produkty nejen vidět, ale i vyzkoušet v pohodlném prostředí, což vedlo k výraznému prohloubení interakce se značkou. Konkrétní údaje o nárůstu prodejů a návštěvnosti jsou interní data klienta Samsung, která nemohou být sdílena.

SHOP IN SHOP CLAN CAMPBELL

122

Zadavatel: STOCK Plzeň-Božkov s. r. o.

Přihlašovatel: SPRINT TRADING s. r. o.

Autor: SPRINT TRADING s. r. o. a Cocoon s.r.o.

Materiály: Karton, Kappa, LED panel, LED pásky

Použití: In-store vystavení v hlavních uličkách (Shop-in-shop a paletová vystavení) a v domácím regále kategorie (Hot-point).

Cíl a pozadí projektu: Cílem bylo uvedení nové značky skotské whisky Clan Campbell na čestký a slovenský trh.

Strategické řešení: Nakupující lihovin nejsou příliš impulzní nakupující, ale velimi rádi zkouší nové věci. Vysoký podíl prodejů se uskuteční v hypermarketech a naším cílem bylo přitáhnout pozornost nakupujících k nové značce poutavou a neokoukanou cestou konzistentní se značkou. Zároveň jsme měli za cíl pozvat nakupující k vyzkoušení jemné chuti, která je pro Clan Campbell specifická. Soustředili jsme se na vystavení v hlavních uličkách (Shop-in-shop a paletová vystavení) a také v domácím regále kategorie (Hot-point).

Kreativní řešení: Pomocí vizuálního ztvárnění jsme pozvali nakupující do světa skotské whisky, a to za využití hlavních symbolů značky (zelené barvy, láhve, červeného emblému značky a loga). Zároveň jsme si o pozornost nakupujících řekli zobrazením symbolů kategorie (dřevěný sud), použitím výrazné světelné plochy (light box v sudu) a stojanů ve tvaru láhve.

Výsledky projektu: Vystavení splňilo své cíle, tj. přitáhnout nové nakupující ke značce Clan Campbell v retailovém prostředí a prodat plánované množství láhví v prvních měsících uvedení (srpen-září 2024).

KATEGORIE **U**

INTEGROVANÁ IN-STORE ŘEŠENÍ
INTEGROVANÉ IN-STORE KAMPANĚ

POPAI AWARDS

KINLEY GRAPE: KROK K PRÉMIOVOSTI

123

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

Přihlašovatel: UPBA

Autor: UPBA

Cíl a pozadí projektu: Před několika lety značka Kinley úspěšně otevřela kategorii adult soft drinks v portfoliu společnosti Coca-Cola. Díky atraktivní nabídce signature drinků kategorie trvale rostla, avšak bylo zapotřebí vtisknout jí více prémiový charakter. K tomu se skvěle hodil plánovaný launch nové varianty, Kinley Grape. Těžiště premiumizační iniciativy se tedy zaměřilo právě na něj.

Strategické řešení: Adult soft drinks jsou ideální nealkoholickou protiváhou lehkým drinkům, kterými si zpříjemníte odpoledne či podvečer. Hroznová chuť a svěží bublinky Kinley Grape pak daly optimální základ, jak nabídnout alternativu k jednomu z nejoblíbenějších z nich: k proseccu. Slogan „Nenech léto vyšumět" komunikoval, jak si užít slunečné dny s lehkou hlavou. Samotnou ideu však bylo třeba převést do exekuce. Vedle svěží chuti vtisknout Kinley Grape stejnou stylovost, jako má elegantní sklenička prosecca. Strategie pro in-store aktivaci i sampling dostala za cíl odprezentovat jej stejným způsobem, jako by šlo o nealkoholické prosecco. S noblesou a skvělým servírováním.

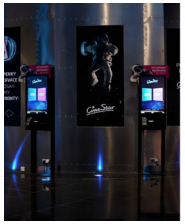
Kreativní řešení: Jak vtisknout nealko kategorii prémiový šmrnc? Vedle skvělé chuti musí skvěle vypadat! Kinley Grape launch byl prostřednictvím prémiového způsobu servírování pojednán jako by šlo o značku vína. Vinné sklenky na štíhlé nožce, podávání na ledu i elegantní doplňkové dekorace pozvedly nealkoholickou značku do vyšší úrovně. Klasické in-store ochutnávky byly masivně doplněny experiential akcemi na eventech jako Forbes for Women či Apetit Piknik, kde perfektně naservírovaný nízkokalorický drink bodoval. Na větší společenské akce jsme vytvořili prémiový mobilní bar situovaný do klasického vozidla Citroen, jež jako by přijel přímo ze srdce Saint Tropez. Stejně tak spotřebitelská soutěž, jež se prolínala celou letní kampaní, nabídla jako hlavní výhru výlet do Champagne či noblesní servírovací sklo – a tím ještě lépe podpořila prémiový zážitek, s nímž se zákazníci setkávali v rámci in-store aktivací či samplingu.

Výsledky projektu: Díky i této kampani se v červenci podařilo se značkou Kinley dostat na 1. místo v tržních podílech - 26,2% v České Republice. To je o +6,3 procentních bodů více než v předchozím roce ve stejném období. Tržní podíl byl o +4,4pp vyšší než u druhé největší značky v oblasti adult nápojů Original River a o 13,8pp vyšší než u toniků Schweppes. Podobná situace byla i na Slovensku, kde Kinley udrželo první místo v tržních podílech a oproti předchozímu roku narostlo o 4,9 procentních bodů. Pokud se zaměříme na vyhodnocení národní spotřebitelské soutěže, tak se v CZ/SK registrovalo o 19% více uživatelů do aplikace coke-app a nahrálo se o 50% více kódů z pod víček, vše v porovnání oproti předchozí kampani na Kinley. Taktéž to byla druhá nejúspěšnější národní spotřebitelská soutěž v historii značky Kinley.

KATEGORIE **V**

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

POPAI AWARDS



DIGITAL SIGNAGE CINESTAR

124

Zadavatel: CineStar s.r.o.

Přihlašovatel: POS Media Czech Republic, s.r.o.

Autor: POS Digital s.r.o.

Materiály: Opláštěná jeklová kovová konstrukce, ochranné sklo, jeklový kovový stojan, elektro příslušenství, LCD indoor a outdoor displeje, tiskárna, čtečka QR kódu, platební terminál.

Použití: Digitální kiosky a samoobslužné pokladny jsou využívány ve všech kinech Cinestar v České republice. Instalovány jsou jak do vnitřních, tak do venkovních prostorů kin či v obchodních centrech.

Naše řešení Digital signage CineStar pokrývá celý zákaznický proces, počínaje venkovní reklamou až po samotný nákup. Prvním produktem v této linii je outdoorový kiosek Desertrose. Tento kiosek je vybaven vysokosvitými 55" signage displeji a robustní kovovou konstrukcí, díky čemuž je ideální pro venkovní použití. Desertrose zajišťuje maximální viditelnost za všech povětrnostních podmínek, včetně deště a mrazu. Slouží k upoutání pozornosti kolemjdoucích na filmové novinky, speciální akce a další důležité informace, čímž efektivně přivádí zákazníky dovnitř.

Po vstupu do kina pokračuje zákazníkova cesta u indoorového kiosku Jasmine, který je vybaven 65" LCD displejem. Jasmine poskytuje přehled aktuálních filmových hitů a nabídek kina. Tento kiosek je dostupný v jednostranné i oboustranné variantě, což umožňuje jeho flexibilní umístění v různých prostorech. Díky odolnému stojanu a tvrzenému ochrannému sklu nabízí spolehlivost a dlouhou životnost v rušném prostředí.

Poslední částí tohoto konceptu je samoobslužný kiosek Sunflower, který usnadňuje a zrychluje proces nákupu vstupenek. Tento kiosek je vybaven dotykovým 32" signage displejem, tiskárnou, čtečkou QR kódů, ovládacím PC a platebním terminálem. Sunflower umožňuje zákazníkům snadno si vyzvednout rezervaci nebo zakoupit vstupenku bez nutnosti čekání u tradiční pokladny, čímž zajišťuje komfortní a moderní zákaznický zážitek. Kiosek je tak atraktivní formou objednávání, šetří čas zákazníků a eliminuje náklady na prodejní personál.

MODULÁRNY DYNAMICKÝ END-CUP – MULTIBRAND

125

Zadavatel: Plzeňský Prazdroj
Přihlašovatel: Ross s.r.o.
Autor: Ross s.r.o.
Materiály: Oceľová konštrukcia, dibond, LCD monitor, plastové výlisky, LED neón
Použití: Samostatne stojaci endcup s informačným a prezentačným monitorom a variabilným doplnkovým opláštením s možnosťou rýchlej a efektívnej zmeny komunikácia a rovnako aj zmeny brandu s výraznou kapacitou pre umiestnenie produktov.

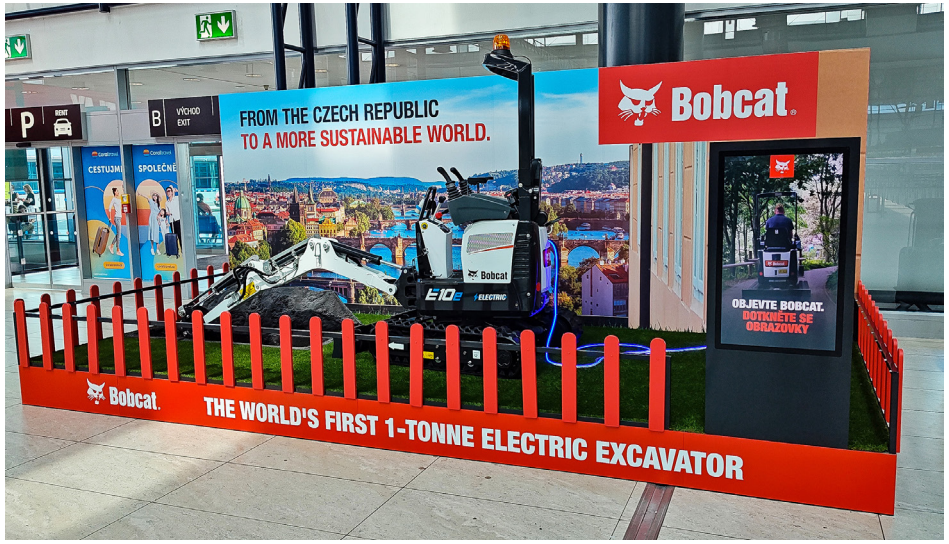
Jedinečný End-cup, ktorý je určený nie len na jednu kampaň a len pre jeden brand. Výraznú dynamiku a možnosť zmeny kampane z pohodlia kancelárie na všetkých pozíciách podľa potreby a účelu zabezpečuje 75" LCD monitor s brilantnou prezentáciou obrazu a samostatným kanálom na prenos dát, nezávisle na interných sieťach z čela chránený polykarbonátom. Ďalším dôležitým aspektom je rovnako modulárna doplnková vizibilta, t.j. opláštenie základnej robustnej oceľovej konštrukcie s variabilným umiestnením políc s kotvením po okrajoch a výraznou kapacitou pre umiestnenie produktov. Samotné opláštenie definuje brand a dopĺňa dynamickú prezentáciu. Je samostatným dizajnovým prvkom, ktorým je možné meniť charakter vystavenia – v tomto prípade, pre brand Birell, s dominanciou citrusového ovocia doplneného jemnými obrysmi plodov chmeľu. Pre ešte lepšiu viditeľnosť v retailovom priestore sme použili LED neónové linky, použité v obrysoch motívov a nápisov.

126

REGÁLOVÉ ČELO KINLEY PERFECT MIX

Zadavatel: Coca-Cola HBC Česko a Slovensko, s.r.o.
Přihlašovatel: Coca-Cola HBC Česko a Slovensko, s.r.o.
Autor: Coca-Cola HBC Česko a Slovensko, s.r.o. ve spolupráci s Markétou Čichovskou
Materiály: lamino, kov
Použití: Cílem vystavení bylo přiblížit zákazníkovi možnost domácí mixologie, například z oblíbeného toniku Kinley a vodky Finladia. Zákazník si na tabletu zvolí svůj oblíbený drink, potvrdí a recept s ingrediencemi a správným poměrem k míchání se za pár vteřin vytiskne na tiskárně, jež je integrovanou součástí stojanu. Zákazník pohodlně odchází s receptem a zároveň nápoji, které jsou k výrobě drinku potřebné a které jsou součástí vystavení. K dispozici je několik receptů a hlavním míchaným nápojem je Berry Rock s použitím toniku Kinley Pink Aromatic Berry. Domácí míchání drinků nikdy nebylo tak jednoduché! Vystavení produktů je určeno pro výrobky Kinley Tonic Water multi can a Kinley Pink Aromatic Berry multi can a bylo využito na moderním trhu v řetězcích Tesco a Billa.

Konstrukce je vyrobena z lamina, doplňkově jsou zde kovové prvky stříkané zlatou barvou pro navození pocitu premiovosti.
Bočnice jsou vybaveny LCD, které zvyšují visibilitu na prodejní ploše a nabízejí zákazníkovi správný rušivý dojem, aby vzbudily jeho pozornost. Videa, která zákazník vidí, navozují moment spotřeby a konzumace drinku.
Součástí regálového čela je tablet tzv. touch, který umožňuje volbu receptu a zajišťuje interakci se zákazníkem. Pod touchem je opálové sklo, které svým osvícením navozuje atmosféru baru.
Podsvícení je v části topperu, backlightu, polic a touche.
Interakce a komunikace je zajištěna vzdálenou správou, která umožňuje přizpůsobit kontent podle potřeby – jak v nabízených receptech, tak videích promítaných zákazníkovi.



BOBCAT PODESTA

127

Zadavatel: Publicis Groupe / Doosan Bobcat EMEA

Přihlašovatel: UGO! Media, s.r.o.

Autor: UGO! Media, s.r.o.

Materiály: kov, dřevo, umělá hlína, umělá tráva, elektronika

Použití: Společnost BOBCAT EMEA, patřící do skupiny DOOSAN představila na přelomu let 2023/2024 nejmenší rypadlo na elektrický pohon pod modelovým označením E10e. V rámci představení produktu byla zvolena fyzická prezentace produktu na exklusivním místě, na Letišti Václava Havla Praha.

Cílem celé prezentace bylo představení rypadla Bobcat E10e v „domácím" prostředí. Pro prezentaci byla zvolen náš návrh designu podesty s klasickým plaňkovým oplocením a trávou s výkopem pro položení podzemních přívodů energií. Proces přípravy u nás prošel od návrhů, 3D modelace, výroby po finální instalaci. Hlavními prvky vystavení jsou rypadlo Bobcat E10e s elektrickým napájením a digitální kiosek s 43" dotykovým displejem a microsite s prezentací vystaveného stroje. Celý kiosek byl projektován a vyroben v naší společnosti v korporátních barvách BOBCAT EMEA. Součástí obsahu, kromě informací o produktu a společnosti, je i PEXESO, přestavující produkci společnosti. Obsah a funkčnost kiosku jsou pravidelně monitorovány pomocí vzdálené správy.

PRODEJNA LINDT & SPRÜNGLI

128

Zadavatel: Lindt & Sprůngli CEE s.r.o.

Přihlašovatel: AV MEDIA SYSTEMS, a.s.

Autor: AV MEDIA SYSTEMS, a.s.

Materiály: stojan s LCD zobrazovačem

Prodejna Lindt & Sprüngli, situovaná nedaleko Václavského náměstí v Praze, představuje víc než jen obyčejný obchod s čokoládou. Je to místo, kde se snoubí chuťové zážitky s nejmodernějšími technologiemi, které dohromady vytvářejí unikátní nákupní prostředí. Každý návštěvník této prodejny zažije, jaké to je, když láska k čokoládě se potkává s moderními inovacemi. Kamenné prodejny Lindt & Sprüngli nejenže lákají k ochutnání prémiových čokoládových produktů, ale díky technologiím v podobě Digital Signage a personalizovaných služeb, se stávají prostorem, který uspokojuje naše chutě, ale také inspiruje a zlepšuje zákaznickou zkušenost.

Authentica, s.r.o.

Adresa: Vídeňská 102/113, 619 00 Brno
Telefon: +420 739 383 000
E-mail: authentica@authentica.cz
Web: www.authentica.cz

Jsme Authentica!

Nabízíme komplexní služby v oblasti product & store designu a fulfillmentu. Již od roku 2003 zajišťujeme efektivní realizaci projektů od návrhu po finální doručení pod jednou střechou. Náš tým zkušených projektových manažerů a široké spektrum našich služeb zaručuje nejen časovou a finanční úsporu, ale i nejvyšší kvalitu, která přesahuje standardy trhu. Naše neotřelá řešení posouvají značky nad konkurenci a budují trvalé vztahy se zákazníky. Věří nám špičky svých oborů jako Hugo Boss, Philips, Tchibo, Staropramen, Nestlé, Waterdrop a mnoho dalších.

AV MEDIA SYSTEMS, a.s.

Adresa: Pražská 1335/63, 102 00 Praha 10
Telefon: +420 724 444 103
E-mail: jiri.platek@avmedia.cz
Web: www.avmedia.cz

Značka AV MEDIA úspěšně působí na trhu audiovizuálních technologií již 30 let.

Veškeré aktivity spojené s dodávkou technologických řešení pro pořadatele konferencí, kongresy, show a podobných akcí jsou zajišťovány společností AV MEDIA EVENTS, a.s. Realizaci integračních AV řešení pro zákazníky z oblasti školství, veřejné správy, kultury a komerční sféry zajišťuje společnost AV MEDIA SYSTEMS, a.s.

BRAND CONCEPT s.r.o.

Adresa: Zápská 1913, 250 01 Brandýs nad Labem
Telefon: +420 773 618 664
E-mail: hruska@brandconcept.cz
Web: www.brandconcept.cz

BRAND CONCEPT se specializuje na reklamní a dárkové předměty.

Nabízí tailor made (dárky na zakázku) i standardní katalogové firemní dárky.

Navrhuje a spravuje klientům jejich komplexní eshopová řešení pro nákup reklamních předmětů a zajišťuje kompletní logistické služby spojené s provozem interních eshopů.

Do portfolia služeb společnosti dále patří grafické návrhy, direct mail, kompletace zboží do dárkových a tematických sad.

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

Adresa: Českobrodská 1329, 198 21, Praha 9
Telefon: +420 602 814 621
E-mail: Michal.Sindelar@cchellenic.com
Web: www.coca-colahellenic.cz

Coca-Cola HBC Česko a Slovensko je výrobce, prodejce a distributor značkových nealkoholických nápojů společnosti The Coca-Cola Company a od roku 2018 také distributorem alkoholických nápojů skupiny Edrington.

Coca-Cola HBC Česko a Slovensko nabízí své produkty více než 15 miliónům spotřebitelů a zároveň je vyváží do mnoha dalších zemí. Naším cílem je přinášet osvěžení našim spotřebitelům, být partnerem našim zákazníkům, přinášet zisk našim akcionářům a obohacovat život místních komunit. Provozujeme výrobní závody v Praze-Kyjích, Teplicích nad Metují a řadu obchodních a distribučních center.

DAGO s.r.o.

Adresa: Komenského 1020, 267 51 Zdice
Telefon: +420 311 533 390
E-mail: dago@dago.cz
Web: **www.dago.cz**

Jsme fullservisová POP komunikační agentura s vlastní výrobou založená již v roce 1993. Do projektů našich klientů aplikujeme v rámci našeho konceptu CIS (Compex 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.

Eclipse Print a.s.

Adresa: Přátelství 1615/1a, 10400 Praha
Telefon: +420 775 032 208
E-mail: tuma@eclipse-print.com
Web: **www.eclipse-print.cz**

Ve čtyřech moderních výrobních závodech vyrábíme kartonové stojany na zboží a velkoplošnou tištěnou reklamu již více než 25 let. Pro své zákazníky vyvíjíme optimální řešení a zajišťujeme kompletní servis od návrhu, přes výrobu, logistiku, včetně copackingu a instalací.

REJSTŘÍK FIREM

POPAI AWARDS

Ferratt International Czech s.r.o.

Adresa: Opletalova 1015/55, 110 00 Praha 1
Telefon: +420 226 238 700
E-mail: info@ferratt.com
Web: **www.ferratt.com**

Jsme specialisté v oblasti tisku a tiskových technologií.

Specializujeme se na maloformátový i velkoformátový tisk, a to na nejrůznější typy materiálů. Při tisku využíváme nejmodernější digitální a ofsetové tiskové technologie a nabízíme bohatou škálu dokončovacích operací od knihařských úprav přes zpracování kartonů a lepenek až po řezání a finalizaci.

Cheil Czech

Adresa: V Parku 2308/8, 148 00 Praha 4
Telefon: +420 770 138 789
E-mail: info.czech@cheil.com
Web: **cheil.cz**

Cheil Czech je 360° komunikační agenturou, která působí na českém trhu od roku 2012. Věříme, že obchodům se daří lépe, pokud naleznete ta správná spojení. Proto pracujeme s propojením reálného a digitálního světa na základě detailních analýz, které přimějí zákazníka sžít se s danou značkou. Zaměřujeme se na širokou škálu komunikačních kanálů od ATL, BTL, digitální média až po retail. Našim klientům poskytujeme inovativní, praktická a kreativní řešení s efektivními výsledky. To, co děláme, nás baví a na našich výsledcích je to znát. Od roku 2021 Cheil prezentuje své retailové aktivity pod značkou Shoptect a je svým klientům partnerem nejen v oblasti data driven performance marketingu, ale i revolučních a technologicky vyspělých řešení v oblasti prodeje jak fyzického, tak virtuálního, ale i hybridního.

King Art POS s.r.o.

Adresa: Sokolovská 428/130, 186 00 Praha
Telefon: +420 608 548 123
E-mail: miroslav.obratil@kingart.cz

Jsme dynamická kreativní agentura specializující se na kompletní řešení v oblasti výroby POS materiálů, stojanů, dárkových balení a vybavení prodejen. Naše poslání je jednoduché – přinášet značkám nejen viditelnost, ale také nezapomenutelný zážitek.

Zajišťujeme komplexní servis, který zahrnuje vše od prvotní kreativy až po finální realizaci a instalaci.

Náš tým je tvořen mladými, ambiciózními odborníky, kteří se nebojí přinášet inovativní a svěží nápady. Každý projekt začínáme vytvořením originálního grafického návrhu, který zohledňuje potřeby klienta i aktuální trendy na trhu. Poté přecházíme k fázi konstrukce, kde dbáme na funkčnost, kvalitu a estetiku výsledného řešení.

Konečným krokem je bezchybná instalace, která zajistí, že každý prvek bude na svém místě a vaše značka bude vynikat tam, kde je to nejdůležitější – přímo v místě prodeje.

Ať už jde o návrh výrazných POS materiálů, moderních prodejních stojanů nebo dárkových balení, která zaujmou na první pohled, naším cílem je vytvořit řešení, které budou nejen krásná, ale také funkční. Věříme, že správné vystavení produktů může ovlivnit rozhodování zákazníků, a proto ke každému projektu přistupujeme s maximální péčí a pozorností k detailům.

Vaše značka si zaslouží pozornost – my vám ji pomůžeme získat.

KNOWINSTORE s.r.o.

Adresa: Komunardů 1608/20, 170 00 Praha 7
Telefon: +420 775 211 598
E-mail: smetakova@know.cz
Web: www.knowinstore.cz

Společnost KNOWINSTORE s.r.o. byla založena v roce 2015 jako dceřiná společnost KNOWLIMITS GROUP, a.s. největší marketingově-mediální skupiny v České republice. Od svého počátku se specializuje na široké spektrum služeb pro komunikaci v místě prodeje, s rostoucím podílem v oblasti digitálních řešení v retailu. Základem úspěchu je tým motivovaných profesionálů s dlouholetými zkušenostmi v různých oborech, zaměřujících se na tvorbu neotřelých, inovativních řešení pro jednotlivé segmenty trhu.

LOGIK

Adresa: Pod Šancemi 196/4, 190 00 Praha 9 – Vysočany
Telefon: +420 776 866 187
E-mail: sandra.rubesova@log.cz
Web: https://log.cz/

Společnost LOGIK patří mezi největší tiskárenské komplexy na území České republiky s rozsáhlými možnostmi v oblasti publikací a vizuální komunikace. Mezi prvními tiskárnami v České republice jsme prokázali shodu zavedeného integrovaného systému s nově vydanými normami ČSN EN ISO 9001:2016 a ČSN EN ISO 14001:2016. Platnost těchto osvědčení se týká nejen obecných polygrafických procesů, ale i nákupu a prodeje, vývoje a konstrukce obalů a stojanů, kompletních grafických služeb, přípravy dat a kalibrace CTP. Zodpovědný přístup k životnímu prostředí dokládají certifikáty FSC ® a PEFC ® .

Mondelez International

Adresa: Karolinská 661, Praha 8, 186 00
Telefon: +420 602 204 595
E-mail: vaclav.vrsinsky@mdlz.com
Web: www.mondelezinternational.com

Mondelēz 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 tím správným způsobem. Mezi jeho nejznámější globální značky patří čokolády Milka, Cadbury a Toblerone, sušenky Oreo, LU a belVita (na lokálním trhu známé jako BeBe Dobré ráno). Do portfolia produktů na českém a slovenském trhu dále patří značky Opavia Zlaté, Brumík, Fidorka, Figaro, Kolonáda, Miňonky, Tatranky nebo TUC.

MORIS design s.r.o.

Adresa: Pod Stárkou 33, 140 00 Praha 4 - Michle
Telefon: +420 723 387 546
E-mail: adam.klofac@moris.cz
Web: www.moris.cz

MORIS design je jedním z lídrů v in - store designu. Díky vlastní výrobě, servisnímu týmu i stavební divizi dokážeme zajistit hladký průběh celého procesu. Navrhujeme, vyrábíme a realizuje na klíč retailové interiéry, produktové stojany, POS materiály, branding a další prostředky na podporu prodeje. Zaměřujeme se na sériovou výrobu a na náročné komplexní projekty. Ve vývojovém centru, designovém studiu, velkokapacitní truhlárně, kovovýrobě a v servisních týmech po celé ČR dnes pracuje 140 zaměstnanců. MORIS design exportuje do 45 zemí.

Orkla Foods Česko a Slovensko, a.s.

Adresa: Walterovo náměstí 329/3, 158 00 Praha 5 - Jinonice
Telefon: +420 736 139 712
E-mail: jirina.nesporova@orkla.cz
Web: www.orkla.cz

Společnost Orkla Foods Česko a Slovensko zaměstnává cca 2500 pracovníků. V současnosti zaujímá pozici třetího největšího výrobce balených potravin v Česku a pátého na Slovensku. Mezi její nejznámější značky patří Vitana, Hamé, Májka, Simply Fresh, Otma a Masox. Své produkty – koření, polévky, pomazánky, bujóny, hotová jídla, džemy, kečupy, sterilovaná a mražená jídla atd. vyváží do 63 zemí celého světa.

Pivovary Staropramen

Adresa: Nádražní 43/84,150 00 Praha 5
Telefon: +420 724 011 084
E-mail: milena.hasalova@molsoncoors.com
Web: https://pivovary-staropramen.cz/o-spolecnosti

Pivovary Staropramen jsou s celkovým prodejem okolo 3 milionů hektolitrů druhým největším producentem piva v České republice. Značka Staropramen navíc patří k nejznámějším a nejprodávanějším českým pivním značkám i v zahraničí. Milovníci piva si ji mohou vychutnat ve více než 35 zemích. Společnost provozuje dva pivovary - Staropramen v Praze a Ostravar v Ostravě a je lídrem v pivních inovacích.

Plzeňský Prazdroj, a.s.

Adresa: U Prazdroje 64/7, 301 00 Plzeň
Telefon: +420 724 897 549
E-mail: lukas.pokorny@asahibeer.cz
Web: www.prazdroj.cz

Plzeňský Prazdroj je přední český pivovar, známý především díky Pilsner Urquell, světově známému ležáku, který byl uveden na trh v roce 1842. Společnost má dlouhou tradici a její pivo se exportuje do mnoha zemí světa. Plzeňský Prazdroj je synonymem pro kvalitu a tradici českého pivovarnictví.

POS Media Czech Republic, s.r.o.

Adresa: Budějovická 778/3, 140 00 Praha 4
Telefon: +420 261 198 801
E-mail: info@posmedia.cz
Web: **www.posmedia.cz**

POS Media je mediální a marketingová agentura, která před více než 25 lety přinesla na trh nový přístup k retailovým médiím a dnes je evropským lídrem v oblasti shopper marketingu. Působí v 6 zemích Evropy a svým klientům poskytuje zmíněná in-store média včetně jejich správy a komplexní služby v rámci BTL marketingu. V portfoliu nechybí kreativa, produkce, instalace, eventy, realizace influencer kampaní ani správa sociálních médií. Současně má v nabídce i unikátní mix Online to Offline, který zahrnuje celé spektrum od brand awareness, přes influencer marketing až po aktivaci zákazníka v retailu. Svým klientům umí nabídnout také programatickou reklamu přímo v místě prodeje. Nedílnou součástí služeb jsou i hostesky a merchandising, které zajišťuje dceřiná společnost Empea CZ. POS Digital, taktéž dceřiná společnost, má potom na starost realizace LED a LCD digitálních technologií.

RD Present s.r.o.

Adresa: Pod Všemi svatými 17, 301 00 Plzeň
Telefon: +420 737 202 060
E-mail: viera.cerna@rdpresent.cz
Web: **www.rdpresent.cz**

Sme dodavatelem široké nabídky reklamních a dárkových předmětů. Její zakladatelé mají zkušenosti v tomto oboru již více než 25 let a nabízí stabilní partnerství. Věnujeme se rozvíjení v tomto oboru, navštěvujeme evropské i světové veletrhy, kde sledujeme aktuální trendy produktů i potiskových technologií.

SVETELNÁ REKLAMA & INSTORE SOLUTIONS

Ross s.r.o.

Adresa: Hollého 205/52, 015 01 Rajec, Slovenská republika
Telefon: +421 415 422 109
E-mail: ross@ross.sk
Web: **ross.sk**

Filozofiou našej spoločnosti je poskytnúť klientom produkty na podporu predaja a svetelnú reklamu s jedinečným dizajnom. Tieto produkty spĺňajú najvyššie požiadavky užívateľov a pomáhajú zvýšiť predaj koncovému zákazníkovi. Vyrábame svetelné reklamy, 3D plastické nápisy, boxy a výstrče, interiérovú reklamu, LED displeje, citylighty, totemy a pylóny, markízy a terasy, bannery a bigboardy, tabule a štíty, A-stojany, prezentačné stolíky, regály, stojany a zásobníky, POP produkty a špeciálne projekty.

reklamní a dárkové předměty

SPEED PRESS Plus a.s.

Adresa: Přemyslova 830/830, 273 06 Libušín
Telefon: +420 724 008 721
E-mail: bodyn@speed-press.cz
Web: **https://www.speed-press.cz/**

Společnost SPEED PRESS Plus a.s. - reklamní a dárkové předměty, více než 31 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 přes 90 000 skladových předmětů. Za její práci hovoří realizace, reference klientů a ocenění na prestižních soutěžích. Ráda své klienty inspiruje také ve své vzorkovně v Praze 9 s 8 900 předměty na ploše 460 m^2. 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.

SPRINT TRADING s. r. o.

Adresa: Koksární 1096/10, 702 00 Ostrava – Přívoz
Telefon: +420 597 317 800
E-mail: info@sprint-trading.cz
Web: www.sprint-trading.eu

Jsme jedním z předních výrobců 3D reklamních předmětů a POP/POS řešení. Již od roku 1996 pro Vás vyrábíme kreativní propagační předměty na míru Vašim přáním. Vyrobíme pro Vás obrovskou škálu propagačních předmětů - dárky pro věrnostní kampaně, příbaly, 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 střechou: 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. Mimo jiné naše společnost SPRINT TRADING, s.r.o. získala celosvětově chráněnou patentovou licenci pro systém kartonových stojanů "SPRINT SYSTÉM", které se automaticky skládají i rozkládají a je možné je vždy poskládat do minimálních balících rozměrů. SPRINT SYSTÉM je prvotřídní produkt, který ideálně rozšiřuje náš stávající sortiment POP/POS prostředků a displejů. Všechny automatické displeje jsou navrženy jako snadno složitelné tak, aby zkrátily dobu implementace v obchodech a snížily tak klientům logistické náklady. Naší doménou je kreativita, neustálé hledání novinek, inovace a zjednodušování řešení. Jsme s Vámi již 28 let. 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.

UPBA

Adresa: Porážka 206/4, 602 00 Brno
Telefon: +420 543 237 293
E-mail: info@upba.com
Web: www.upba.com

We bring brands to life!
We help you create
brand world your
consumers can step into.

THIMM

Adresa: U Nádraží 498, Všetaty 27714
Telefon: +420 602 247 103
E-mail: leos.maslo@thimm.cz
Web: www.thimm.cz

Společnost THIMM je významným poskytovatelem řešení pro obaly a distribuci zboží. Portfolio udržitelných řešení zahrnuje přepravní a prodejní obaly z vlnité lepenky, kvalitní prodejní stojany a tiskové produkty pro další průmyslové zpracování. Inovativními, jednoduchými a udržitelnými řešeními pomáhá společnost THIMM svým zákazníkům odlišit se a vytvořit si vlastní identitu na trhu. Tato zásadní orientace na zákazníka je hnacím motorem inovací a průkopnického ducha společnosti založené v roce 1949. Společnost THIMM proto důsledně investuje do rozvoje tržního zastoupení a inovativních technologií pro příští generaci. THIMM v současné době zaměstnává přibližně 2400 zaměstnanců ve 12 závodech v Německu, Francii, Polsku, Rumunsku a Česku a v roce 2023 dosáhl ročního obratu zhruba 560 milionů eur.

UGO! Media, s.r.o.

Adresa: Elišky Přemyslovny 378, 156 00 Praha 5 – Zbraslav
Telefon: +420 774 100 101
E-mail: m.kolarik@ugo-media.eu
Web: www.ugo-media.eu

UGO! Media je inovativní společnost specializující se na vývoj a dodávání špičkových digitálních zobrazovacích technologií.

Naše vášeň pro technologie a inovace nás žene kupředu. Neustále hledáme nová řešení a vyvíjíme vlastní technologické novinky, které jsou důležité pro současnost i budoucnost.

S každým novým materiálem a výrobkovou řadou se snažíme, aby naše práce byla nejen funkční, ale i esteticky přitažlivá. Spojujeme praktičnost s emocemi a jednoduchostí.

VAFO PRAHA, s.r.o.

Adresa: K Brůdku 94, 252 19 Chrášťany
Telefon: +420 702 187 860
E-mail: milan.rytir@vafo.cz
Web: www.vafo.com

Vafo Praha, s.r.o. je česká rodinná firma, která byla založena v roce 1994 v Chrášťanech u Prahy. Hlavním předmětem podnikání je od počátku výroba a distribuce krmiv pro domácí mazlíčky. Během 30 let podnikání se stala přední značkou v oblasti pet food, produkty vyváží do téměř 87 zemí. V současné době je společnost Vafo evropským inovativním leaderem v oblasti prémiových krmiv pro mazlíčky.

WELLEN a.s.

Adresa: Čerpadlová 991/4a, 190 00 Praha 9
Telefon: +420 775 976 661
E-mail: simekp@wellen.cz
Web: www.wellen.cz

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. Věříme, že prostřednictvím efektivní a cílené komunikace s přímým zásahem v místě prodeje můžeme našim zákazníkům pomoci vybudovat silnou a úspěšnou retailovou značku a zvyšovat prodej.

POPAI FORUM

POPAI AWARDS

HVĚZDA 3D REKLAMY

POPAI STUDENT AWARD

POPAI
PART OF THE shopi GLOBAL NETWORK
CENTRAL EUROPE

POPAI DAY 2024

GENERÁLNÍ PARTNEŘI

ferratt international

KNOWINSTORE

AKCE JE POŘÁDÁNA VE SPOLUPRÁCI S AGENTUROU UP BRAND ACTIVATION

upba

AKCE PROBÍHÁ POD ZÁŠTITOU SVAZU OBCHODU A CESTOVNÍHO RUCHU ČR

SOCR ČR
Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR

HLAVNÍ PARTNEŘI

WELLEN RETAIL EXPERIENCE

AV MEDIA komunikace obrazem

THiMM

MAGENTA EXPERIENCE CENTER

Plzeňský Prazdroj

posmedia

RDpresent

HOUSE OF FUN PRAGUE

PARTNEŘI

DAGO

Authentica

Mondelēz International

JENN pro

storemedia SENSORY MARKETING

UGO!

O2 universum

King Art Pos.

MARKET DESIGN

Orkla

Vafo

zápůjčka.cz

ODBORNÝ PARTNER

ČESKÁ MARKETINGOVÁ SPOLEČNOST

SPONZOŘI

Coca-Cola HBC Česko a Slovensko

MANUFAKTURA

L'ORÉAL

altavia.česká

Bubnovi

Showdown DISPLAYS

eclipse.

GAIA

STOCK

MALFINI

sprint trading

Zámecké Vinařství Bzenec

HLAVNÍ MEDIÁLNÍ PARTNER

ZBOŽÍ & PRODEJ

MEDIÁLNÍ PARTNEŘI

Brands&Stores

TOVAR & PREDAJ

MAM MARKETING & MEDIA

MEDIA GURU

A11

newstream

Náš REGION

RETAIL magazín.sk