



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY
EKOLOGICKÉ KONCEPCE



POPAI
AWARDS



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 niž 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 pytlů. Ta evokuje pitly, v nichž farmáři kakaové boby převážejí, a zároveň odkazuje na tradici, určitou „rodinnost“ a udržitelný způsob pěstování kaka. Výsledný dojem byl ještě podpořen vizuálem stromu a kakaových bobů, které koncept doplňují a podtrhují jeho celkové vyznění.

