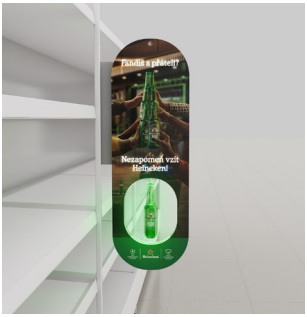
KATEGORIE **N**

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY

SVĚTELNÁ KOMUNIKACE, ORIENTAČNÍ A INFORMAČNÍ SYSTÉMY

POPAI AWARDS







SVĚTELNÝ SHELFSTOPPER HEINEKEN S REÁLNOU LÁHVÍ

86

Zadavatel: Heineken Česká republika, a.s.

Materiály: Nosná deska z polyvinylchloridu (PVC) se zeleně natřenou hranou; čiré plexisklo neboli polymethylmethakrylát (PMMA) s potiskem, umístěné na obou stranách nosné desky; plošná písmena z matovaného plexiskla typu frost; skutečná skleněná láhev Heineken uchycená mezi čirými deskami. Součástí konstrukce je integrovaná elektroinstalace, LED pásky se světelnými diodami pro podsvícení a kloubový držák pro uchycení shelfstopperu k regálu.

Použití: Světelný shelfstopper byl vytvořen pro společnost Heineken Česká republika k prémiové prezentaci značky přímo v regálu s pivem. V rámci kampaně od 27. května do 9. června 2026 upozorňoval na produkt v místě nákupního rozhodování a propojoval značku s příležitostí společného sledování fotbalu prostřednictvím sdělení „Fandíš s přáteli? Nezapomeň vzít Heineken!“. Nosič vystupuje do prostoru uličky a díky podsvícené skutečné láhvi a světelnému písmu pomáhá zviditelnit značku v nabídce konkurenčních produktů. Reálný obal umožňuje okamžité rozpoznání výrobku, zatímco kloubový držák umožňuje přizpůsobit natočení nosiče konkrétnímu umístění. Shelfstopper byl součástí širší in-store kampaně, kterou ve stejném vizuálním stylu doplňovaly totem, podlahová grafika a shop-in-shop. Jednotné sdělení tak zákazníka oslovovalo na více místech nákupní cesty a připomínalo značku i přímo u jejího regálového umístění. Fotodokumentace dokládá nasazení v prodejně Albert.

Charakteristika: Prémiová prezentace ikonické značky Heineken přináší atmosféru sportovního fanouškovství přímo do místa prodeje. Jejím cílem je zaujmout nakupující, vytvořit silný vizuální zážitek a posílit spojení se značkou Heineken. Díky výraznému a prémiovému provedení podporuje spontánní interakci se spotřebiteli a zdůrazňuje roli Heinekenu jako neodmyslitelné součásti společných fanouškovských okamžiků. Na základě tohoto zadání vznikl výjimečný shelf stopper. Jeho poznávacím znamením je skutečná láhev piva Heineken, která je zasazena mezi dvě vrstvy čirého plexiskla. Tento prvek doplňuje výrazné podsvícení, které dává ikonické láhvi vyniknout, a zároveň vytváří nepřehlédnutelný světelný efekt. Shelf stopper je uchycený na kloubovém držáku, který umožňuje flexibilní umístění. Základem konstrukce je PVC deska s integrovanou elektroinstalací a LED světly. Zeleně natřená hrana souzní s ikonickou barvou Heinekenu a podtrhuje tak charakter značky. Čiré plexisklo je potištěné a doplněné 2D písmem z frost plexi, díky čemuž působí celé vystavení čistě, moderně a prémiově. Reálná láhev pak dodává instalaci autenticitu a funguje jako přirozený středobod celého řešení. Shelf stopper představuje součást širší kampaně, která zákaznickou cestu doplňuje o podlahovou grafiku, totem a SIS.