



**A**

## Automobily

**1**

# Multimediální stojan ACI

**Zadavatel projektu:** ACI, s.r.o.

**Přihlašovatel:** MORIS design, s.r.o.

**Autor:** MORIS design, s.r.o.

**Materiál:** Ocel, Fe plech, fólie.

**Použití exponátu:**

Stojan je umístěn v recepci sídla společnosti ACI v Praze.

**Charakteristika exponátu:**

Stojan byl vyvinut a následně vyroben v poměrně krátkém čase, cca 2 týdnů. Slouží k prezentaci zboží a služeb jednoho ze tří největších distributorů náhradních dílů u nás. Design zohledňuje všechny prvky vycházející z logomanuálu společnosti, je nepřehlédnutelný, současně ale velmi úsporný na prostor nevelké recepce.





**A**

## Automobily

**2**

### DISPLAY CERTUS EVO 2

**Zadavatel projektu/Customer:**

W.S.O.P. sp. z o.o.

**Přihlašovatel/Applicant:**

ATS Display Sp. z o.o.

**Autor/Author:**

ATS Display Sp. z o.o.

**Materiál:**

kovová konstrukce, vakuově tvarované panely

**Material from which the exhibited product is composed of:**

metal construction, vacuum formed panels

**Použití exponátu:** čerpací stanice, autoservisy

**Where and how has it been used:** service stations

**Charakteristika:** Tento display, který je vyroben z kovových a vakuově tvarovaných prvků, je určen pro autoservisy. Počítač, který řídí diagnostický proces, je umístěn uvnitř displaye.

**Exhibit description:** The unit is composed of metal and vacuum formed elements.

The computer controlling the diagnostic path was placed inside the display.

Place of use: service stations.





**B**

**Nealkoholické nápoje, potraviny**

**3**



## **Permanentní stojan Milka**

**Zadavatel projektu:**

Kraft Foods CR s.r.o.

**Přihlašovatel:**

SÁRA s.r.o.

**Autor:**

SÁRA s.r.o.

**Materiál:** Kov + plast

**Použití exponátu:**

Použití v retailu, druhotné vystavení čokolád a bonboniér Milka pro impulsivní nákup na prodejní ploše v řetězci Billa.

Realizace v r. 2011, série 250 ks.

**Charakteristika exponátu:**

Poutavý stojan, který je zároveň odolný proti poškození a má výrazně delší životnost než podobné kartónové stojany.



**B**

**Nealkoholické nápoje, potraviny**



## Čokoládový stojan Lindt

**Zadavatel projektu:** Lindt a Sprüngli (Czechia) s.r.o.

**Přihlašovatel:** DAGO s.r.o.

**Autor:** DAGO Team

**Materiál:** Dibond, digitální tisk na PVC folii.

**Použití exponátu:** Maloobchodní prodejny a hypermarkety.

**Charakteristika exponátu:** Prodejní univerzální stojan Lindt svým designem navazuje na ostatní komunikaci značky a produktů Lindt. Je možné jej kombinovat s dalšími Lindt stojany a vytvářet tak shop-in-shop sestavy různých rozměrů.



**B**

**Nealkoholické nápoje, potraviny**

**5**



## **Stojan Apetito**

**Zadavatel projektu:**

TPK, spol. s r.o.

**Přihlašovatel:**

THIMM Packaging - THIMM Obaly, k.s.

**Autor:**

vývojové oddělení THIMM Obaly, k.s.

**Použití exponátu:**

vlnitá lepenka

**Charakteristika exponátu:**

Samostatný stojan určený k prodeji sýrů mimo chladicí prostor.



**B**

**Nealkoholické nápoje, potraviny**

**6**

## Kovový skládací stojan Limuh

**Zadavatel projektu:** Limuh GmbH

**Přihlašovatel:** STI Group

**Autor:** STI Group

**Materiál:** kov

**Použití exponátu:** Prozatím bylo vyrobeno 600 kusů a jsou používány ve 150ti prodejnách Edeka-Minden-Hannover v Německu.

**Charakteristika exponátu:** Snadno skládací display pro delší dobu použití, to je přesné zadání zákazníka na POS řešení, které bude relativně levné, flexibilně použitelné a jednoduché při umístění v místě prodeje. Základem kovového displeje je kovový přířez, který je opracován laserem. U displeje pro Limuh byl ocelový plech pouze upraven práškovým lakováním, aby pozornost zákazníka přitahovaly výrobky samé. Přídavný lepenkový topper nabízí dostatečnou plochu pro komunikaci, je velmi jednoduše vyměnitelný a umožňuje použití displeje i pro následující kampaně. Použití euroháků a systému zavěšení lahvíček zajišťuje individuální a mnohostranné nasazení tohoto displeje. Skladování naplocho, nízké přepravní náklady, dlouhá doba použitelnosti – to vše jsou přednosti, které zaručují úspěch tohoto řešení.





**B**

## Nealkoholické nápoje, potraviny

**7**



### 2 BOTTLES DISPLAY BEO

**Zadavatel projektu/ Customer:** Carlsberg Group Procurement AG

**Přihlašovatel/Applicant:** ATS Display Sp. z o.o.

**Autor/Author:** ATS Display Sp. z o.o.

**Materiál:** plast

**Material from which the exhibited product is composed of:** plastic

**Použití exponátu:** HOREKA, specializované prodejny

**Where and how has it been used:** HoReCa, specialist stores

**Charakteristika:** Display je vyroben z materiálu HIPS.

Je využíván v segmentu HOREKA a ve specializovaných prodejnách.

**Exhibit description:**

The unit is composed of HIPS. Place of use: HoReCa and specialist stores.



**C**

**Alkoholické nápoje, tabák**

**8**

## JTI reklamní poutač Flower

**Zadavatel projektu:**

JT International spol. s.r.o.

**Přihlašovatel:**

STORY DESIGN, a.s.

**Autor:**

Ondřej Raška STORY DESIGN

**Materiál:**

kovová lakovaná podstava  
+ satín fialový a čirý + LED diody.

**Použití exponátu:**

Display slouží k prezentaci slim cigaret  
LD, doposud bylo vyrobeno 250ks.

**Charakteristika exponátu:**

Reklamní poutač slouží k prezentaci  
výrobků JTI v interiérech prodejen.







**C**

## Alkoholické nápoje, tabák



### ROTHMANS set

**Zadavatel projektu:** British American Tobacco

**Příhlašovatel:** UNiBON spol. s r.o.

**Autor:** UNiBON/3DC - Ing. Roman Němček

**Materiál:**

Dibond buttlér finish gold, semiš, PMMA, LED diody, kov

**Použití exponátu:** Podpora prodeje produktů na benzinových stanicích a prodejnách tabáku

**Charakteristika exponátu:** Exkluzivní displeje jsou součástí setu k prezentaci značky Rothmans. Cílem projektu bylo zviditelnění značky na trhu a zesílení povědomí o cigaretách Rothmans. Zpracování zadání vycházelo ze zvoleného materiálu - zlatý dibond, který působí luxusně a prémiově. Technické omezení vycházelo ze zadání.

**9**



**C**

**Alkoholické nápoje, tabák**



**10**

## **JIM BEAM floor display**

**Zadavatel projektu:**

CEDC International

**Příhlašovatel:**

Willson&Brown Czech, s.r.o.

**Autor:**

Willson&Brown

**Materiál:** kov/plast

**Použití exponátu:**

Stojan pro supermarkety

**Charakteristika exponátu:** Stojan navržený s ohledem na zdůraznění prémiovosti značky. Zpracování stojanu je na vysoké technologické úrovni v souladu s použitými materiály plastu, kovu a světel. Originální prvek stojanu tvoří poličky ve tvaru skleniček, které působí dojmem, že se ten skvělý alkoholický výrobek nachází na tom správném místě.



**C**

**Alkoholické nápoje, tabák**

**11**

## Kartonový stojan „Staropramen Nefiltrovaný“

**Zadavatel projektu:**

Pivovary Staropramen a.s.

**Přihlašovatel:**

Authentica, s.r.o.

**Autor:**

Authentica design

**Materiál:**

vlnitá lepenka

**Použití exponátu:**

léto-podzim 2011 v super/hypermarketech

**Charakteristika exponátu:**

Visibilita v pivní sekci v době uvádění výrobku na trh. Láhve jsou standardně ve Staropramen přepravkách. Na stojanu hezky vynikne nový produkt + dobře se komunikují jeho benefity. U stojanu probíhaly také ochutnávky - ochutnávkový stůl byl ve velmi podobném vzhledu. Design stojanu byl od počátku koncipován jako připodobnění k pivnímu dřevěnému sudu, později barevnostně laděn k dřevěnému promostolku.





**C**

**Alkoholické nápoje, tabák**

**12**

## **BEER DISPLAY CARLSBERG**

**Zadavatel projektu/Customer:**

Carlsberg Sverige AG i Dystrybucja Sp. z o.o.

**Přihlašovatel/Applicant:**

ATS Display Sp. z o.o.

**Autor/Author:** ATS Display Sp. z o.o.

**Materiál:**

kov, dřevo

**Material:** metal, wood

**Použití exponátu:** velkoplošné prodejny

**Where and how has it been used:** large stores

**Charakteristika:**

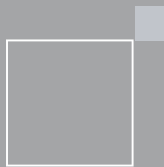
Tento stojan je vyroben z kovu a dřeva.

Použité materiály zdůrazňují značku a její přirozenost. POP material slouží k umístění ve velkoplošných a specializovaných prodejnách.

**Exhibit description:**

The unit is composed of metal and wood. The raw materials emphasize the naturalness of the brand. Place of use: specialist shop, large stores.





**C**

## Alkoholické nápoje, tabák

**13**

### SPECIAL TOWER

**Zadavatel projektu/Customer:**

Żywiec Sprzedaż I Dystrybucja Sp. z o.o.

**Přihlašovatel/Applicant:**

ATS Display Sp. z o.o.

**Autor/Author:**

ATS Display Sp. z o.o.

**Materiál, z něhož je**

**exponát zhotoven:** kov, plasty

**Material:** metal, plastic

**Použití exponátu:**

velkoplošné specializované prodejny

**Where and how has it been used:**

large specialist stores

**Charakterisitka:** Tento oboustranný display s mobilní spodní částí je vyroben z kovových a vakuově tvarovaných prvků. Je umístěn ve velkoplošných prodejnách.

**Exhibit description:** The unit is composed of metal and vacuum formed elements. The display has a double sided, movable base. Place of use: large stores





## **D** Drogerie, kosmetika

**14**

### **AVENE** **feeder**

**Zadavatel projektu:**

Pierre Fabre

**Přihlašovatel:**

Willson&Brown Czech, s.r.o.

**Autor:**

Willson&Brown

**Materiál:**

plast/pryskyřice

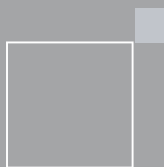
**Použití exponátu:**

Stojan pro lékárny

**Charakteristika exponátu:**

Stojan určený k expozici krému na ruce. Moderní a čistotný design stojanu dokresluje držák ve tvaru lidské ruky. Stojan je pojat jako umělecké dílo, které přímo komunikuje se zákazníkem a prezentované produkty podává jako na dlani.





**D**

**Drogerie, kosmetika**

**15**

## **Display ve tvaru lahve BIODERMA**

**Zadavatel projektu:**

LABORATOIRE BIODERMA CZECH REPUBLIC s.r.o.

**Přihlašovatel:**

Willson&Brown Czech, s.r.o.

**Autor:** Willson&Brown

**Materiál:** plast, kov

**Použití exponátu:** Stojan pro lékárny

**Charakteristika exponátu:** Stojan na podporu prodeje produktů řady Bioderma Sensibio H<sub>2</sub>O a zviditelnění značky s důrazem na co největší podobnost k produktu. Stojan je upraven tak, aby produkty vydával lékárník, zadní část je uzavíratelná pomocí uzpůsobených k oválnému tvaru stojanu dvířek. Pro pohodlnější manipulaci s produkty jsou všechny poličky otáčející a pro lepší zviditelnění je samotný stojan osvětlen ze spodu pomocí zářivky. Čistotný a estetický vzhled stojanu také přímo navazuje na prezentovaný výrobek - čisticí pleťovou vodu a její vlastnosti.





**D**

**Drogerie, kosmetika**

**16**



## **Coty Esprit**

**Zadavatel projektu:** COTY

**Přihlašovatel:** Branaldi s.r.o.

**Autor:** Petr Kubiček

**Materiál:** Papír, lepenka

**Použití exponátu:** Retail - DE

**Charakteristika exponátu:**

Podpora prodeje produktů Esprit na německém trhu.





**D**

**Drogerie, kosmetika**



**17**

## Procter Oral B

**Zadavatel projektu:** Procter & Gamble

**Přihlašovatel:** Branaldi s.r.o.

**Autor:** Rempört Péter

**Materiál:** karton, lepenka

**Použití exponátu:** promoce na podporu produktů Oral B

**Charakteristika exponátu:**

Stojan byl vytvořen z důrazem na počet aktivních prvků v produktech Oral B.



**D**

**Drogerie, kosmetika**

**18**

## Kartonový stojan „Jarní Novinky Vůně 2011“

**Zadavatel projektu:**

COTY Česká republika s.r.o.

**Přihlašovatel:**

Authentica, s.r.o.

**Autor:** Authentica design

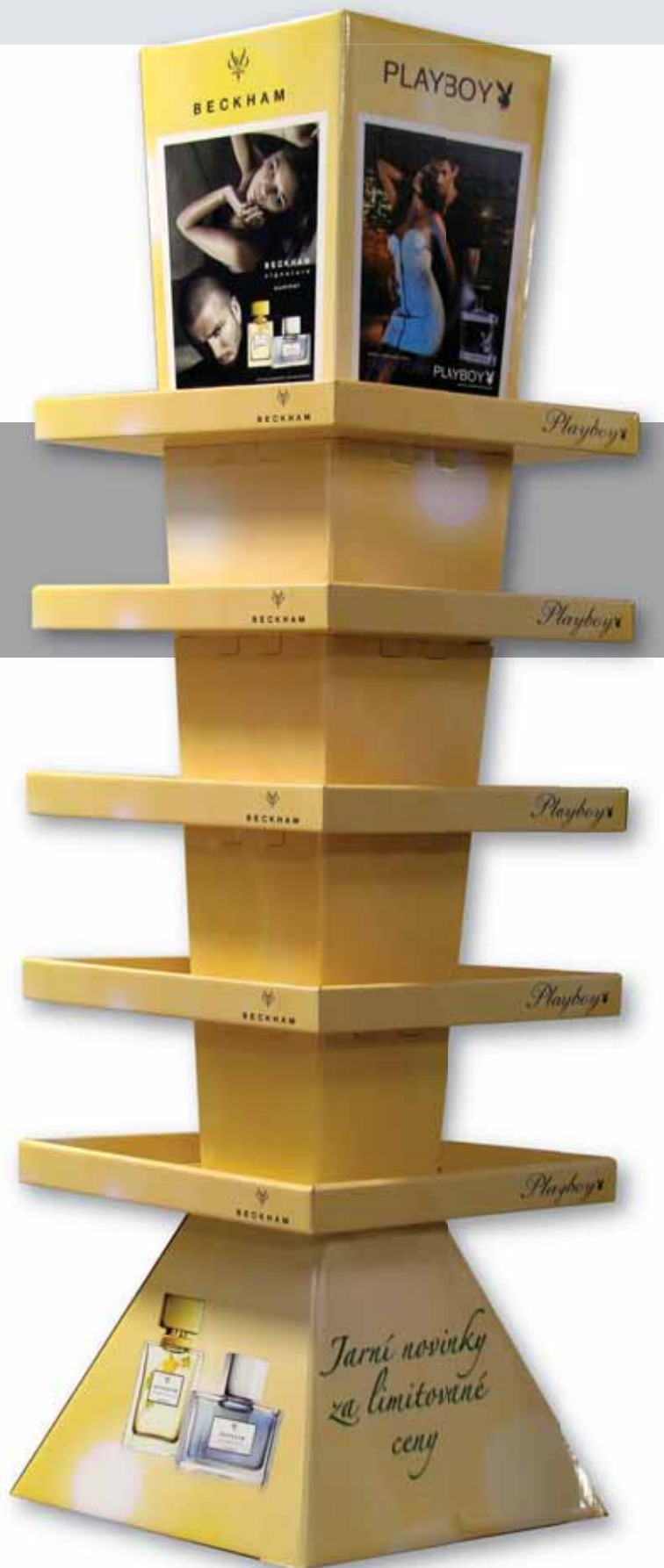
**Materiál:** vlnitá lepenka

**Použití exponátu:**

jaro 2011 v drogistických řetězcích

**Charakteristika exponátu:**

podlahový kartonový stojan, sloužící jako druhotné umístění semi-selektivních parfémů a zároveň jako výrazné upozornění na ně jako na Jarní Novinky pro letošní rok. Byl navržen s ohledem na výraznou visibilitu, upozornění, že produkty jsou jarními novinkami. Cílem bylo, aby byl multibrandový a také každé patro sloužilo produktům jiné značky. Velikost je optimální v rámci 1/4paletové limitace poskytovaného místa v obchodech pro stojany.





**E**

**Péče o zdraví**



## **Pultový display Johnson&Johnson do zubních ordinací**

**Zadavatel projektu:**

Johnson & Johnson s.r.o.

**Přihlašovatel:** Authentica, s.r.o.

**Autor:** Authentica design

**Materiál:** opál a čirý akrylát, čirý PET, LED osvětlení

**Použití exponátu:** zubní ordinace 2011

**Charakteristika exponátu:** Tento světelný display ve tvaru zubu je určen pro prezentaci a podporu prodeje produktů společnosti Johnson & Johnson v zubních ordinacích. Jeho nedílnou součástí je osvětlení pomocí SMD LED samolepících pásek. Díky barevnosti produktů a jejich prosvětlení ze zadní strany, vytváří display nepřehlédnutelnou světelnou mozaiku a působí velice luxusním dojmem. Jedním z cílů bylo, aby korespondoval s prostředím, ve kterém bude umístěn. To se podařilo díky tvaru top karty a hlavně použitím 3D vakuového výlisku z čirého PET materiálu ve tvaru zubu, který top kartě jasně dominuje. Použitím dvojitého dna, ve kterém jsou produkty usazeny se zvýšila jejich stabilita. Díky zvoleným materiálům působí display velmi čistým dojmem a koresponduje s čistotou zubních ordinací.



**E**

**Péče o zdraví**

**20**

## Prezentační stojan do lékáren

**Zadavatel projektu:**

GlaxoSmithKline, s. r. o.

**Přihlašovatel:**

FIGREMA, spol. s r. o.

**Autor:**

FIGREMA, spol. s r. o.

**Materiál:**

lamino, dibond, plast, kov

**Použití exponátu:**

V průběhu roku 2011 v lékárnách.

**Charakteristika exponátu:**

Cílem zadání bylo vytvořit jednoduchý, funkční a přitom atraktivní stojan orientovaný na image společnosti GSK s kombinovaným prostorem pro prezentaci i uskladnění zboží ve vnitřních prostorách stojanu. Stojan splňuje velmi přísné a náročné požadavky na zabezpečení a odvětrání monitoru.





## **E** Péče o zdraví

**21**

# Display Listerine Total Care

**Zadavatel projektu:**

Johnson & Johnson s.r.o.

**Přihlašovatel:**

Authentica, s.r.o.

**Autor:**

Authentica design

**Materiál:**

vlnitá lepenka, PET, Mirelon

**Použití exponátu:**

maloobchodní síť 2011

**Charakteristika exponátu:**

Tento display byl navržen na základě jasného požadavku: Pro rok 2011 chystáme launch našeho nejlepšího produktu v rámci Listerine portfolia „Listerine Total Care“, nejpokročilejší a kompletní Listerine. Tomuto zadání odpovídá atraktivní a moderní design stojanu, jeho celkové kvalitní provedení, které je navíc podpořeno efektně řešenou grafikou. Stojan splňuje tři hlavní požadavky: nosnost, stabilitu a pěkný design korespondující s tvarem lahve. Díky tvaru stojanu se spotřebitel snadno ztotožní s produkty, které mají identický tvar. Konstrukce stojanu je dělena ze dvou částí, kdy horní díl je nasazen v místě nejvyšší police na spodní část stojanu, která graficky plynule navazuje. Důležitým prvkem je speciální tvarová vložka v horní polici z Mirelonu, sloužící k pevnému usazení produktů Listerine v balení 250ml, které je méně stabilní a hrozilo kácení produktů při kontaktu s nákupním košem. Stojany se převážně kompletovaly u výrobce a expedovány byly již ve složeném stavu.





**E**

**Péče o zdraví**



**22**

## **Vario stojan Urgo**

**Zadavatel projektu:** Urgo Medcom

**Přihlašovatel:** SÁRA s.r.o.

**Autor:** SÁRA s.r.o

**Materiál:**

Kov + plast

**Použití exponátu:**

Variabilní stojan na náplasti Urgo.

Použití v lékárnách, výroba v r. 2011, série 150 ks.

**Charakteristika exponátu:** Poutavý podlahový stojan pro impulzivní nákup náplastí Urgo v lékárnách. Nastavitelné pozice závěsných háků dle aktuální nabídky náplastí. Výměnný topper a spodní grafický poutač umožňuje použití v dalších kampaních.



**POPAI**  
CENTRAL  
EUROPE  
AWARDS



**F**

**Domácí potřeby, bytové doplňky, hobby**



## prodejní stojan Bosch

**Zadavatel projektu:** Bosch - B/S/H/ Electroménager

**Přihlašovatel:** STORY DESIGN, a.s.

**Autor:** Ondřej Raška STORY DESIGN

**Materiál:** konstrukce z lakovaného plechu, skleněné police, LED diody

**Použití exponátu:**

Stojan slouží pro prezentaci výrobků firmy Bosch, speciálně produktové řady Styline.

**Charakteristika exponátu:** Cílem bylo navrhnout a vyrobit stojan pro širokou škálu produktů řady Styline. S využitím LED diod k prosvětlení loga, prosvícením skleněných polic do hrany a podsvícením podstavy.

**23**



**F**

**Domácí potřeby, bytové doplňky, hobby**

**24**



## Playtable Nikon



**Zadavatel projektu:** NIKON s.r.o.

**Přihlašovatel:** DAGO s.r.o.

**Autor:** DAGO Team

**Materiál:** PMMA, PVC, PSH, PVC folie, led-diody, zářivky

**Použití exponátu:**

Prezentační stůl pro různé typy fotoaparátů Nikon. Umístění - prodejny Electroworld.

**Charakteristika exponátu:** Atypicky řešený playtable pro prodejny Electroworld (playtablem rozumíme brandovaný prodejní pult, na kterém má zákazník možnost si sám vyzkoušet jednotlivé produkty, fyzicky si je vzít do ruky a následně si v další sekci prodejny zboží rovnou zakoupit). Na rozdíl od ostatních playtablů tento v rámci svého designu symbolizuje tvar objektivů s prosvětlenými políčkami pomocí led-diod s cílem upoutat pozornost procházejících zákazníků a stimulovat je ke koupi vystavených produktů značky NIKON.





**F**

**Domácí potřeby, bytové doplňky, hobby**



**25**

 **FIELDMANN**

## Hobby stojan Fieldmann

**Zadavatel projektu:** FAST ČR, a.s.

**Příhlašovatel:** DAGO s.r.o.

**Autor:** DAGO Team

**Materiál:** Kov, PVC, dřevo, PVC folie

**Použití exponátu:** Hobby prodejny.

**Charakteristika exponátu:** Stojan je určený ke stylové, ale praktické prezentaci hobby produktů (motorové pily, aku vrtačky a šroubováky atp.). Je umístěný ve specializovaných prodejnách kategorie DIY. Je na něm možné prezentovat pestrou škálu nářadí, které si zákazník může přímo v prodejně reálně vyzkoušet. Zároveň svým provedením evokuje emoce spojené s používáním produktů samotných, čímž se snaží motivovat zákazníky k jejich koupi.



**F**

**Domácí potřeby, bytové doplňky, hobby**



## Showcase Led Lenser

**26**

**Zadavatel projektu:**

Zweibrüder Optoelectronics GmbH & Co. KG,  
Německo.

**Příhlašovatel:** MORIS design, s.r.o.

**Autor:** MORIS design, s.r.o.

**Materiál:**

Fe plech, skleněná vitrína, prosvětleno LED,  
opál+vikureen, plotrové fólie

**Použití exponátu:** Bude využit ve vybraných  
shopech prodávajících LED svítidly značky Led  
Lenser (výrobce Zweibrüder Optoelectronics je  
druhá největší firma na světě ve svém oboru).  
Vitríny byly distribuovány do 21 zemí včetně USA,  
Číny a Japonska.

**Charakteristika exponátu:** Tato vitrína je  
součástí celého konceptu stojanů, které jsme  
vyvíjeli více jak rok na základě vyhraného tendru,  
který společnost Zweibrüder vyhlásila v loňském  
roce a které se účastnila řada firem z celé  
Evropy. Vitrína vznikla na základě požadavku od  
přímých distributorů z celého světa a výrobce v ní  
prezentuje špičku svých výrobků. Velmi náročná  
je i na přípravu a logistiku přeprava křehkých  
stojanů. V budoucnu se počítá s rozšířením této  
řady stojanů o další alternativní stojany, které  
budou odrážet prodejní specifika některých zemí.  
V letošním roce se vyrobilo 1000 stojanů, z toho  
téměř 200 vitrín/showcase. Celý koncept 3+1  
stojany a vitrína/showcase budeme prezentovat  
na výstavě POPAI v Paříži v příštím roce.



**F**

## Domácí potřeby, bytové doplňky, hobby



**27**

## Touch&Try zóny

**Zadavatel projektu:** Sony Europe Limited

**Příhlašovatel a autor:** GREP design, s. r. o.

**Materiál:** plech, plexi

**Použití exponátu:** Touch&Try zóny jsou umísťovány do velkých prodejen, aby si zákazníci mohli produkty pohodlně vyzkoušet.

**Charakteristika exponátu:** Zadání projektu: Možnost výrobek testovat o koupi často rozhodne. Z tohoto důvodu si SONY přálo zviditelnit své výrobky (zde konkrétně sluchátka) ve vybraných obchodních řetězcích a top prodejnách prostřednictvím tzv. touch&try zón. Popis realizace řešení: Touch&try zóny vytvořené GREPem prezentují možnosti různých druhů sluchátek SONY. Jsou vytvořeny z odolného prosvíceného plastu s povrchovou úpravou ve vysokém lesku, což umocňuje hi-tech design vystavených produktů. Samozřejmostí je smysluplný branding touch&try zón a důraz na jejich funkčnost i při nešetrném zacházení. Marek Sabo, jednatel GREPu, říká: „Lidé mají čím dál častěji zájem vyzkoušet si produkt na vlastní kůži, vzít ho do ruky, dopřát si s ním bezprostřední kontakt. Proto jsou touch&try zóny mimořádně oblíbené a pomalu ale jistě se stávají nepostradatelné ve všech větších prodejnách. Značka tímto způsobem prezentuje nejen vstřícnost vůči zákazníkům ale také přesvědčení, že jejich zboží ob stojí i při náročném testování.“ Výsledek: Prezentační touch&try zóny pro společnost SONY GREP dosud navrhl a kompletně realizoval v prodejně Makro Praha Stodůlky a v jedné polské prodejně, koncept je však schválen i pro vybrané řetězce v celé střední Evropě. Momentálně se tedy projekt nachází ve fázi výroby.



**F**

**Domácí potřeby, bytové doplňky, hobby**

**28**



## CYBER-SHOT LINE



**Zadavatel projektu/Customer:**

Sony Europe Ltd

**Příhlašovatel/Applicant:**

ATS Display Sp. z o.o.

**Autor/Author:**

ATS Display Sp. z o.o.

**Materiál:** plast

**Material:** plastic

**Použití exponátu:** specializované prodejny

**Where and how has it been used:**

specialist stores

**Charakteristika:** Pro výrobu těchto POP prostředků, které jsou určeny pro specializovaná prodejní místa, byly použity plast a plexisklo.

**Exhibit description:** The units are composed of PET and PMMA. Place of use: specialist stores.



**G**

**Služby**

**29**



## Infostánek obchodního centra

**Zadavatel projektu:** Centrum Černý Most

**Příhlašovatel:** WELLEN a.s.

**Autor:** WELLEN

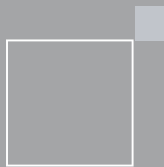
**Materiál:** plast, PVC samolepka

**Použití exponátu:** Informační stánek v obchodním centru Černý Most

**Charakteristika exponátu:** Kampaň „Od základu nové nakupování“ pro Centrum Černý most je založena na symbolu nákupní krabice, užitém na vizualizacích jako stavební materiál. Je tím atraktivně vyjádřeno, že probíhá výstavba nového centra, kde bude více obchodů i zboží. Tuto myšlenku jsme uvedli i do prostorové instalace - infostánku v nákupním centru. Využili jsme přitom i grafického „otevírání“ krabic a odhalování zboží v nich. Součástí instalace byly také LCD panely.



**POPAI**  
CENTRAL  
EUROPE  
AWARDS



**G**

**Služby**



**30**

## Display Loterie Fortuna

**Zadavatel projektu:** Fortuna

**Přihlašovatel:** UNiBON spol. s r.o.

**Autor:** Fortuna/UNiBON/3DC - Ing. Lukáš Chlíbek

**Materiál:** ocel.rám, lak komaxit, plast.kapotáž - PMMA, HYPs, sítotisk

**Použití exponátu:** Na pobočkách a partnerských prodejnách Fortuna

**Charakteristika exponátu:** Podlahové stojany jsou umístěny na jednotlivých prodejních místech s cílem upozornit na novou loterii a zvýšit vizibilitu na prodejně. Ve stojanech jsou umístěny jednotlivé tikety pro vyplnění. Stojan je konstruován tak, aby usnadnil sázejícím jejich dobrou orientaci v produktech, pohodu a soukromí.



**G**

**Služby**



## Relax zóna Kooperativa

**Zadavatel projektu:** Kooperativa

**Příhlašovatel:** UNiBON spol. s r.o.

**Autor:** UNiBON/Lemonade

**Materiál:**

molitan, tuhý latex, překližka úrovně kostry, vodící tyč, látka Urban YN200, svítidla Modus, kiosek

**Použití exponátu:** Free zóna Letiště Ruzyně

**Charakteristika exponátu:**

Cílem Projektu bylo vytvoření nadstandardní odpočinkové zóny pro klienty Letiště Ruzyně s možností pojištění před odletem. K výrobě interiéru byly použity: molitan, tuhý latex kombinovaný s vnitřní tuhou konstrukcí pro sedák DTD, překližka úrovně kostry, vodící tyč, látka Urban YN 200 nerezové nožičky, svítidla Modus a kiosek s tiskárnou.

**31**



**32**

## Stojan na chytré telefony O<sub>2</sub>

**Zadavatel projektu:**

Telefónica O<sub>2</sub> Czech Republic, a.s.

**Přihlašovatel:**

MORIS design, s.r.o.

**Autor:** MORIS design, s.r.o.

**Materiál:**

Lakovaná MDF, nerez,  
plastový výlisek opál 4mm,  
prosvětleno LED, opál 3mm

**Použití exponátu:** Instalováno v prodejnách O<sub>2</sub> pro podporu prodeje chytrých telefonů. Celkově se vyrobilo 80 stojanů, počítá se s dovyrobou dalších cca 40-50 kusů.

**Charakteristika exponátu:** Vývoj stojanu si prošel dlouhým téměř půlročním obdobím vývoje počínaje několika variantami designu, ze kterých byla vybrána jedna, která se dále rozpracovala. Vzhledem k tomu, že požadavek zákazníka na stojan byl z hlediska designu poměrně neobvyklý a náročný, nebylo jednoduché spojit design, funkčnost a zabezpečení do celkového konceptu. Stojany jsou plně zabezpečené proti krádeži, neboť se na nich prezentují funkční telefony. (Pro soutěž POPAI Awards byly použity pouze makety telefonů).





**33**

## **Stojan na chytré telefony T-Mobile**

**Zadavatel projektu:**

T-Mobile Czech Republic a.s.

**Příhlašovatel:**

MORIS design, s.r.o.

**Autor:**

MORIS design, s.r.o.

**Materiál:**

Fe a Al jekl, lakovaná MDF,  
plexisklo, prosvětleno LED

**Použití exponátu:**

Instalováno v prodejnách T-Mobile pro podporu prodeje chytrých telefonů. Celkově se vyrobilo 80 stojanů.

**Charakteristika exponátu:**

Vývoj stojanu prošel dlouhým obdobím vývoje počínaje několika variantami designu, ze kterých byly vybrány 2, na základě kterých se vyrobily první prototypy. U tohoto stojanu klient používá funkční telefony, což je náročné nejen finančně, ale i technologicky s důrazem na zabezpečení těchto telefonů a zároveň jejich uchycení na stojanu.



**H**

**Elektronika**



**34**

## Imageový stojan Samsung

**Zadavatel projektu:** Samsung Electronics Czech and Slovak, s.r.o.

**Příhlašovatel:** DAGO s.r.o.

**Autor:** DAGO Team

**Materiál:** PMMA a PVC folie

**Použití exponátu:** Maloobchodní prodejny s elektronikou a prodejny mobilních operátorů.

**Charakteristika exponátu:** Poutavý stojan na tablety značky Samsung. Tento stojan působí jako multifunkční zařízení, na kterém je možné odzkoušet si aktuální mobilní novinku. Zároveň svým provedením láká zákazníky k vyzkoušení vystaveného produktu. Podstatnou výhodou je mechanické zabezpečení a rychlá výměna prezentovaných produktů. V designu dominují semi-elyptické tvary podtrhující modernost a dynamiku produktu.



**H**

**Elektronika**

**35**

## Intel stánek

**Zadavatel projektu:**

Alza.cz

**Přihlašovatel:**

GREP design, s. r. o.

**Autor:**

GREP design, s. r. o.

**Materiál:**

umělý kámen, sklo, MDF lak



**Použití exponátu:** Stůl je umístěn v obchodě Alza v Praze, je využíván pro vystavení notebooků a zákazníci si je tak mohou pohodlně vyzkoušet.

**Charakteristika exponátu:** Zadání projektu: Společnost Intel je nejvýznamnější světový výrobce procesorů. Cílem projektu bylo jasně a přehledně prezentovat rozdíly v jednotlivých procesorech a názorně ukázat, k jakému konkrétnímu účelu se hodí. Výsledek měl posloužit k usnadnění zákaznickova výběru. Popis realizace řešení: GREP pro Intel připravil originální prezentační stůl umístěný v centrále obchodu Alza v pražských Holešovicích. Jednalo se o projekt bez kompromisů – prezentační stůl se vyznačuje moderním designem, použitím vysoce kvalitních materiálů, přesně vyfrézovanými detaily, které jsou pro umocnění efektu podsvíceny, a především důrazem na funkci. Na dokonale hladké a lesklé desce stolu, která je vyrobena z umělého kamene, jsou umístěny notebooky s různými procesory. Rozdíly mezi nimi jsou okamžitě patrné. GREP stůl pro Intel nejen navrhl ale i kompletně realizoval. V minulosti už obdobné prezentační stoly připravil například pro Sony, Samsung, Toshiba a Lenovo. Výsledek: Prezentační stůl Intel v centrále obchodu Alza v pražských Holešovicích je hojně využíván návštěvníky prodejny, kteří oceňují možnost okamžitě vidět rozdíly ve vlastnostech jednotlivých procesorů. Kvalitní zpracování stolu i jeho moderní design patřičně podporují zákazníkův zážitek z nakupování i přesvědčení, že značka Intel nabízí jen prvotřídní kvalitu.



## SONY playtables

**Zadavatel projektu:** SONY CZ

**Přihlašovatel:** UNiBON spol. s r.o.

**Autor:** UNiBON/3DC Ing. Martin Strnad

**Materiál:**

LED diody, bezpečností skla, PMMA, Perspex, LTD s vysokým leskem

**Použití exponátu:**

Sada playtables pro exkluzivní prezentaci produktů SONY

**Charakteristika exponátu:**

Sada playtablů prezentující řadu prémiových produktů SONY. Projekt byl zadán s cílem inovace komunikace značky Sony jak v místě prodeje, tak i v showroomech. Kritériem bylo i sjednocení komunikace všech produktů společnosti Sony. Playtabley mají být inovativní a nadčasové.



I

## Textil, sport, obuv, osobní potřeby a příslušenství



37

### prodejní stojan REEBOK Realflex

**Zadavatel projektu:** Adidas Reebok Russia

**Přihlašovatel:**

STORY DESIGN, a.s., TRC London, UK

**Autor:** TRC London, UK

**Materiál:** kov, polstrování PVC, nerez, polepy

**Použití exponátu:** V současnosti je 200ks exponátu na ruském trhu. Reebok plánuje celoevropskou kampaň, kde budou stojany použity.

**Charakteristika exponátu:** Stojan Reebok slouží k instore propagaci řady Reebok-realflex. Stojan slouží k vystavení u exponátů běžeckých bot. Smyslem je poukázat na ohebnost vystavovaného produktu tak, že se produkt ohýbá uvnitř stojanu.



I

## Textil, sport, obuv, osobní potřeby a příslušenství



38

### Oboustranný stojan na spodní prádlo Bellinda

**Zadavatel projektu:** Bellinda ČR, s.r.o.

**Přihlašovatel:** MORIS design, s.r.o.

**Autor:** MORIS design

**Materiál:** Lakovaná MDF, drážkový panel Slatwall, vložené Al profily, háky pozink, Fe plech, čiré plexi

**Použití exponátu:** Oboustranný dřevěný stojan slouží k prodeji spodního prádla značky Bellinda ve vybraných prémiových prodejnách, především obchodních domech.

**Charakteristika exponátu:** Stojan prošel poměrně krátkým schvalovacím procesem, neboť už první návrh byl přijat a po drobných technologických úpravách byl vyroben první prototyp. S ohledem na velký počet výrobků značky Bellinda byl stojan vyvinut jako variabilní a prodejní plochu tak lze jednoduše přizpůsobit různě velkým výrobkům.



I

## Textil, sport, obuv, osobní potřeby a příslušenství

39

### Stojan na pracovní oděvy Le Cédre

**Zadavatel projektu:**

Groupe CEPOVETT, Francie

**Přihlašovatel:**

MORIS design, s.r.o.

**Autor:**

MORIS design, s.r.o.

**Materiál:**

Fe jekl, karton 3mm, forex 3mm

**Použití exponátu:**

V prodejnách s pracovními oděvy po celé Francii.

**Charakteristika exponátu:**

Groupe Cepovett je dvojkou na francouzském trhu výroby pracovních oděvů. Stojan je variabilní díky výškově stavitelnému závěsnému systému polic, háčků a ramínek, které si může koncový klient libovolně sestavit a případně jednotlivé díly doobjednat. Boční komunikační plochy jsou snadno a levně vyměnitelné. Na základě požadavku klienta je stojan dodáván ve smontovaném stavu tak, aby na prodejnách nebyla třeba žádná montáž.

Vyrobena bylo 80 ks, dalších 120 kusů se bude vyrábět v roce 2012.





I

## Textil, sport, obuv, osobní potřeby a příslušenství

40

### Parker - stojan na pera

**Zadavatel projektu:**

Newell Rubbermaid Europe

**Přihlašovatel:**

DEKOR s.r.o.

**Autor:**

DEKOR s.r.o.

**Materiál:**

MDF lakovaná metalickou barvou, plast, potisk, plexi

**Použití exponátu:** Kdy: 2010-2011 Kde: celosvětově Rozsah: 7000 ks

**Charakteristika exponátu:** Firma Dekor vyvinula stojan pro potřeby zákazníka, který požadoval navrhnout jednoduchý prodejní stojan jasně identifikující značku Parker a kde by bylo možné umístit min. 40 per. Při návrhu základního tvaru stojanu proto naši designéři vycházeli z tvaru šípů, který má firma Parker ve svém logu. Současným požadavkem zákazníka byla možnost umístit stojan na prodejní pult, zabezpečit pera proti krádeži a také umožnit vyzkoušení pera před samotnou koupí. Při konstrukci stojanu byl brán ohled na jednoduchost a cenu, jelikož stojan byl plánovaný pro masové nasazení v prodejních místech. Ohled byl brán rovněž i na barevné provedení, kdy je metalická barva pro lakování MDF speciálně vyrobena na míru dle specifikace v logo manuálu klienta. Samotná pera jsou uchycena do univerzálních plastových držáček, které jsou dostatečně pružné k tomu, aby bylo možné ve stojanu prezentovat pera z různých produktových řad a odlišných rozměrů. Dvířka vyrobená z čirého plexiskla jsou opatřena zámkem. Prodej vystavených per tudíž probíhá za asistence prodávajícího. Horní část stojanu je otočná, což umožňuje prezentovat jednoduchým způsobem všechny pera, které jsou ve stojanu umístěna. Za zmínku stojí i balení, které splňuje náročné požadavky na maximální ochranu stojanu při distribuci zásilkovou službou.







I

## Textil, sport, obuv, osobní potřeby a příslušenství

41



### Sada stojanů Porsche Design (vitrína, stojan, zrcadlo) RT

**Zadavatel projektu:**

Rodenstock Německo

**Příhlašovatel:** DEKOR s.r.o.

**Autor:** DEKOR s.r.o.

**Materiál:** HPS se speciální titanovou barvou,  
stříkaná MDF, vakuově tvarované díly, potisk, plexisklo.

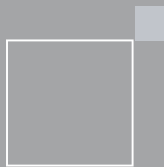
**Použití exponátu:**

Kdy: 2010-11. Kde: Evropa. Rozsah: 500 sad.

**Charakteristika exponátu:** Vitrína – slouží k prezentaci luxusních brýlí značky Porsche design v očních optikách; prosvětlená zadní stěna zvýrazňuje kvalitní provedení brýlí a jejich tvar. Stojan Heritage – stojan byl vyvinut pro prezentaci nové řady „retro“ slunečních brýlí Porsche Heritage, které byly vydány k příležitosti 40. výročí Porsche Design. Varianty použití stojanu jsou jako stolní provedení nebo jako podlahový po připevnění k podstavci. V takovém případě podstavec může sloužit jako příruční sklad brýlí s uzamykatelným prostorem. Zrcadlo: nezbytný doplněk k displejům na brýle v jednotném designu a barvách.



**POPAI**  
CENTRAL  
EUROPE  
AWARDS



**J**

## Digitální komunikace – realizace v prodejních místech, inovativní materiály, systémy



## Šlápli jsme do pedálu

**Zadavatel projektu:** Vodafone a.s.

**Příhlašovatel:** WELLEN a.s.

**Autor:** Josef Jelínek, Jakub Vysloužil, Petr Fiala, Zuzana Kubisová

**Materiál:** dotyková projekční fólie, projektor, PC

**Použití exponátu:** Chtěli jsme ilustrovat fakt, že Vodafone zásadně zrychlil internet v mobilní síti. Originálním způsobem jsme opanovali výlohy datových obchodů Vodafone. Vyrobili jsme proto interaktivní výlohy, které mohli kolemjdoucí ovládat. A protože trendem na elektronickém trhu je dotykové ovládání, rozhodli jsme se pro speciální instalaci, která snímá zvědavé dotyky přihlížejících.

**Charakteristika exponátu:** Na obrazovce vidíme cyklistu, který projíždí městem, kde domy představují internetové stránky. Kolemjdoucí ho mohou pomocí prstů popohánět. Zároveň se zrychluje město-internet a přicházejí na řadu i rychlostně náročnější domy-stránky (jako např. YouTube). Zároveň s vyšší rychlostí se z městského cyklisty postupně stává profi závodník (včetně dresu a kola). Díky použití aktuální technologie v novém prostředí jsme zaujali mnoho lidí a zvýšili jejich povědomí o zrychleném internetu. Výloha kromě cyklisty nabízela i 3D katalog telefonů, SMS bránu zdarma, jednoduché hry či Google maps.



**J**

## Digitální komunikace – realizace v prodejních místech, inovativní materiály, systémy



**43**

### SISAL Matchpoint

**Zadavatel projektu:** SISAL

**Příhlašovatel:** DEKOR s.r.o.

**Autor:** DEKOR s.r.o.

**Materiál:** kov, lakovaná MDF, plexi, Crystal Sign

**Použití exponátu:** Stojan byl vyvinut ve spolupráci se zákazníkem Sisal pro prezentaci jejich nové loterijní hry. Byl přednostně umístěn do trafik, kde se přijímají sázky. Do budoucna je předpokládáno masové umístění stojanů do všech sázkařských sběrů zákazníka.

Kdy: 2011. Kde: Itálie. Rozsah: 45 ks

**Charakteristika exponátu:** Základní část stojanu byla konstruována s ohledem na jeho časté používání a předpokládanou životnost (cca 2 roky) z kovu. Díly vyrobené z MDF jsou opatřeny ochranným lakem, který je odolný vůči otěru a poškrábání. Součástí police jsou 2 zásobníky na sázkové tikety. Nad policí je umístěn magnetický poster s vyměnitelnou grafikou, kde zákazník prezentuje pravidla loterijní hry. Jelikož je grafika vyměnitelná, lze stojan použít i pro ostatní hry nabízené zákazníkem. Monitor (dodávaný zákazníkem) je připojen k internetu a jsou na něm zobrazovány on-line výsledky hry. Logo je řešeno panelem, prosvětleným LED technologií a permanentní grafikou a 3D efektem. Technologie výroby takto prosvětleného panelu je chráněna průmyslovým vzorem, který vlastní firma Dekor.



**J**

## Digitální komunikace – realizace v prodejních místech, inovativní materiály, systémy



### DIGITAL PHOTO FRAME

**44**

**Zadavatel projektu/Customer:**

Carlsberg Group Procurement AG

**Příhlašovatel/Applicant:** ATS Display Sp. z o.o.

**Autor/Author:** ATS Display Sp. z o.o.

**Materiál:** ocelová konstrukce

**Material:** steel construction

**Použití exponátu:** HOREKA

**Where and how has it been used:** HOREKA

**Charakteristika:** Osvětlený pultový display, pro jehož výrobu byla využita kombinace oceli a materiálu HIPS (High impact polystyrene). Systém displaye umožňuje promítání video sekvencí, obrázků nebo vysílání hudby. Tento dynamický prostředek je využit v oblasti HoReCa.

**Exhibit description:** The illuminated counter display is composed of steel and HIPS. The unit has a possibility to upload video sequences, images or music. Place of use: HoReCa.



**K**

## Světelná komunikace, orientační a informační systémy



## Procter & Gamble - Rakona

**Zadavatel projektu:** Cheapdesing (CZ), s.r.o.,

**Příhlašovatel:** Rex spol. s r.o.

**Autor:** arch. Petr Souček, provedení Vlastimil Král

**Materiál:**

Nerezový plech, nerezové jekly, probarvené plexisklo, LED diody

**Použití exponátu:**

Označení hlavního vstupu do výrobního areálu Procter & Gamble Rakona

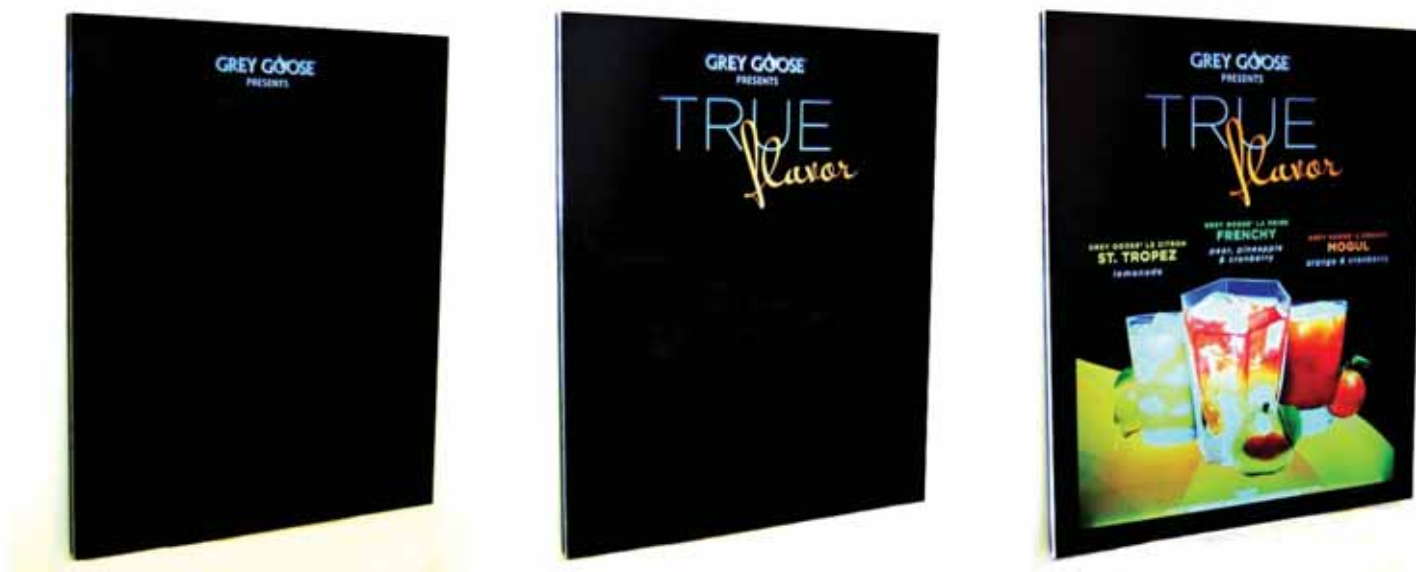
**Charakteristika exponátu:** Samostatná písmena vyrobená z kartáčované nerez, jsou vyrobena ve tvaru log Procter & Gamble Rakona. Plastiky jsou umístěny na betonové zdi s čelním obložením gabiony. Loga jsou doplněna obdélníkovými logy se znakem Rakona. Tyto znaky jsou vyrobeny také z kartáčované nerez. Znak Rakona je podložen barevným plexisklem a prosvícen pomocí LED modulů. Z čelní strany je motiv loga doplněn vodopádem s nuceným oběhem. Ze zadní strany gabionové stěny jsou umístěna loga Procter & Gamble Rakona ve zmenšené verzi a znak Rakona.

**45**



**K**

## Světelná komunikace, orientační a informační systémy



## Grey Goose Animated Crystal sign

**46**

**Zadavatel projektu:** MMC USA

**Přihlašovatel:** DEKOR s.r.o.

**Autor:** DEKOR s.r.o.

**Materiál:** animační LED lightbox, akrylát, digitální tisk, sítotisk, řídicí elektronika, kovové úchytné prvky.

**Použití exponátu:** Grey Goose Animated Crystal sign je primárně určen pro instalaci v barech (síť HORECA) a prezentuje možné příchutě značkového alkoholu Grey Goose. Kdy: 09/2011 Kde: USA Rozsah: 300 ks

**Charakteristika exponátu:** Tento tenký lightbox LED využívá mikroprocesorové řízení světelných efektů, které v kombinaci se speciálně zabarveným čelním panelem z akrylátu dosahuje decentních vizuálních efektů, které nenásilnou formou upoutají pozornost. Program umožňuje při sepnutí vystupovat jednotlivým segmentům lightboxu v plných barvách a vystoupit tak z černé plochy. Mikroprocesorové řízení umožňuje nahrát několik zákaznických programů animace a ty měnit pomocí malého vypínače na zadní straně lightboxu.



**K**

## Světelná komunikace, orientační a informační systémy

**47**

### Apotheke Crystal Sign

**Zadavatel projektu:**

WEPA APOTHEKEN  
BEDARF GmbH & Co.KG

**Přihlašovatel:**

DEKOR s.r.o.

**Autor:**

DEKOR s.r.o.

**Materiál:**

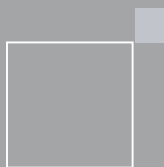
HPS, plexi, potisk, LED, kovové upevňovací prvky

**Použití exponátu:**

Kdy: 2011 Kde: Německo Rozsah: 20 ks

**Charakteristika exponátu:** Crystal Sign je ultratenký LED lightbox o celkové tloušťce 12 mm, ve tvaru písmene A. Lightbox vyniká výraznými světelnými efekty, které působí prostorovým dojmem. Díky tomu získává grafika hloubku a 3D vzhled. Umístění lightboxu je ve výkladních skříních lékáren, kdy zvláště ve večerních a nočních hodinách vyniknou světelné efekty této nové technologie. Crystal Sign splňuje i požadavek na úsporný provoz, a to díky využití LED osvětlení. Ve srovnání s klasickými lightboxy se jedná o zhruba čtvrtinovou spotřebu elektrické energie. Životnost LED osvětlení je minimálně 50 tisíc hodin.





**K**

## Světelná komunikace, orientační a informační systémy



**48**

## Světelný paletový ostrov Pilsner Urquell

**Zadavatel projektu:** Pivovary Topvar a.s./Topvar Breweries

**Přihlašovatel:** DAGO s.r.o.

**Autor:** DAGO Team

**Materiál:** kov, PVC, led-diody, PVC folie

**Použití exponátu/projektu:**

Paletový ostrov Pilsner Urquell určený pro slovenské hypermarkety.

**Charakteristika exponátu:**

Univerzální světelný paletový ostrov Pilsner Urquell s možností jednoduchého rebrandování pro podporu dalších značek zadavatele. Ostrov poutá svou originalitou, světelnými efekty a atypickým řešením. Nasvícení hlavního panelu je provedeno efektivním a moderním způsobem prostřednictvím led-diod. Ostrov je přístupný ze všech stran a je jednoduše sestavitelný. Svým technickým provedením a originalitou podtrhuje výjimečnost prezentované značky.





L

## Vybavení interiérů obchodů



49

## Prodejny FOTOLAB SK

**Zadavatel projektu:** CeWe Color a.s.

**Příhlašovatel:** UNiBON spol. s r.o.

**Autor:** UNiBON/3DC Ing. Martin Strnad

**Materiál:** Truhlářské komponenty LTD+postforming, ocelové rámy, al.profilů, skleněné výplně, PMMA kapoty a další

**Použití exponátu:** Realizace interiéru obchodů Fotolab SK

**Charakteristika exponátu:** Designový vývoj měl přijít s návrhem reprezentativní a designové prodejny do luxusního obchodního centra s ohledem na praktičnost, velké plochy pro uskladnění, vystavení a velkou užitnou hodnotu. Pro výrobu bylo použito mnoho materiálů, jako truhlářské komponenty LTD + postforming, ocelové rámy, al. profily, skleněné výplně, PMMA kapoty, prosvětlení v kombinaci LED a zářivky, speciální efekty - zpětná projekce, směrový zvuk a generátor vůní.



**M**

## Prostředky pro služby podpory prodeje

**50**

### Rollbanner Carbon

**Zadavatel projektu:**

Seznam.cz, a.s.

**Přihlašovatel:**

FREEBOARD EUROPE s.r.o.

**Autor:**

PhDr. Stanislav Gálík



**Materiál:**

Aluminiová kazeta s roletovým mechanismem, grafický panel

**Použití exponátu:** Rollbannery jsou umístěny na propagačních akcích společnosti Seznam.cz v rámci kampaně „Seznam.cz ten já žeru“.

**Charakteristika exponátu:** Rollbanner Carbon je novinkou na trhu rollbannerů a svou variabilitou a inovativním designem poskytuje kreativní a netradiční řešení propagačních kampaní. Vyniká výbornými konstrukčními vlastnostmi a je vyroben z vysoce kvalitních a trvanlivých materiálů. Důkazem spolehlivosti je doživotní záruka. Kromě vynikajících konstrukčních a funkčních vlastností zaujme Rollbanner Carbon jedinečným designem, který nabízí neomezené možnosti provedení rolovací kazety (např. hliník, chrom) a její barevnosti (metalické laky, široké spektrum jednobarevných i plastických laků). Společnost Seznam.cz, a. s., je už patnáct let leaderem na trhu českého internetu. Protože podniká ve velmi rychle expandujícím odvětví a musí pružně reagovat na podněty konkurence, potřebuje účinnou propagaci. Rollbanner Carbon, který je rovněž produktem domácího trhu, splnil požadavky na novost a kreativitu – vytvořil efektivní moderní kampaň za využití progresivního výrobku z českého trhu. Rollbanner Carbon byl pro společnost Seznam.cz vytvořen ve dvou variantách, lišících se podobou grafického panelu a provedením rolovací kazety.



**M**

**Prostředky pro služby podpory prodeje**

**51**



## **PROMO stan**

**Zadavatel projektu:** Justin Marketing s.r.o.

**Přihlašovatel:** UNiBON spol. s r.o.

**Autor:** UNiBON/3DC Ing. Martin Strnad

**Materiál:**

tištěná plachta, profilová konstrukce, OSB desky, dřevo, LCD

**Použití exponátu:**

Eventy v obchodních centrech, prezentace nové počítačové hry

**Charakteristika exponátu:** Promostan slouží jako funkční mobilní bar na eventech pro podporu nové hry Uncharted 3. Cílem bylo vytvořit atraktivní zónu, která přiláká potenciální zájemce. Design vychází z motivů hry Uncharted 3 a tvaru trupu letadla. Uvnitř stanu jsou umístěny playstationy a vybavení, které dotváří herní atmosféru.



**M**

## Prostředky pro služby podpory prodeje



**52**

## Promostolek Müller

**Zadavatel projektu:**

Müller ČR/SR k.s.

**Příhlašovatel:**

SÁRA s.r.o.

**Autor:**

SÁRA s.r.o.

**Materiál:** Plast, lamino

**Použití exponátu:**

Ochutnávky jogurtů v obchodních řetězcích v ČR a SR. Výroba série v r. 2010, 25 ks.

**Charakteristika exponátu:**

Jednoduchý plastový promostolek PROMO ROTONDO s atypickým toperem a pevnou lamino policí. Stolek je dodáván v přenosné tašce, lze snadno sestavit v místě promoakce.



**M**

## Prostředky pro služby podpory prodeje



## Dětský koutek

**Zadavatel projektu:** Vodafone a.s.

**Přihlašovatel:** WELLEN a.s.

**Autor:** Josef Jelínek

**Materiál:** lakovaná překližka, digitální potisk, ofset

**Použití exponátu:** Primární cílovou skupinou Vodafone vždy byli mladí a progresivní zákazníci. I ti však dospívají a tak časem začalo docházet k tomu, že si pořizovali vlastní rodinu. Stále častěji tak navštěvovaly prodejny i malé děti. Bylo třeba nabídnout rodičům i jejich dětem zákaznický komfort, přitom však v prodejně, která s tímto rozšířením nepočítala.

**Charakteristika exponátu:** Využili jsme kmenů stromů, po jednom instalovaných v prodejnách, a po indiánském způsobu k nim připoutali stojan na omalovánky, vyrobený z broušené překližky, několikrát lakované a digitálně potištěné. Na něj jsme umístili velký skicák s omalovánkami, reflektujícími současnou kampaň, a nechali děti se zabavit. Svůj výtvar si pak mohly vzít s sebou domů. Koutek se setkal s velkou odezvou a bylo třeba navýšit náklad omalovánek.

**53**



**M**

## Prostředky pro služby podpory prodeje

**54**



## Kostíkov

**Zadavatel projektu:** Danone a.s.

**Příhlašovatel:** McCoy & Partner spol. s r.o.

**Autor:** McCoy & Partner

**Materiál:** lepenkový sandwich

**Použití exponátu:** Přenesení virtuálního světa a vesničky Kostíkov z internetu do světa reálného. Na základě tohoto cíle vznikly unikátní exponáty, které dohromady tvořily vesničku Kostíkov a samostatně pak sloužily pro podporu prodeje a komunikaci přímo v místě prodeje. Interiér každého z domečků byl věrnou kopií verzi domečků z webových stránek. Kostýmy promotérů v podobě konkrétních postaviček kostíků pak dokreslily krásnou iluzi, které děti věřily a bavila je.

**Charakteristika exponátu:** Fyzické ztvárnění domečku z vesničky Kostíkov v životní velikosti dětí. Vnitřní potisk ukazoval, jak oblíbené postavičky žijí uvnitř svých domečků. Exponáty byly navrženy tak, aby mohly být umístěny do místa prodeje. Na veletrzích a dalších eventech pak byla sestavena celá vesnička.



**M**

## Prostředky pro služby podpory prodeje

**55**

### Actimel point

**Zadavatel projektu:**

Danone a.s.

**Přihlašovatel:**

McCoy & Partner spol. s r.o.

**Autor:**

McCoy & Partner

**Materiál:** plast

**Použití exponátu:**

Actimel point je centrálním místem promo týmu a slouží pro výdej a komunikaci v rámci samplingové akce realizované v místě prodeje. Během 2 měsíců bylo s použitím Actimel pointů vydáno 741 000 lahvíček Actimelu a osloveno přes 938 000 zákazníků.

**Charakteristika exponátu:**

Multifunkční stojan v podobě lahvičky produktu Actimel. Kromě komunikace kampaně a upoutání pozornosti spotřebitelů slouží jako výdejní místo dárků a současně jako mini-skladiště produktů, které jsou rozdávány v rámci samplingu. Ve spodní části je vybaven termoboxy, ze kterých si promo tým doplňoval produkty pro sampling. V horní části pak byly umístěny dárky, které se vydávaly za nákup Actimelu.





**M**

## Prostředky pro služby podpory prodeje



## Unikátní promostolek Jihlavanka

**56**

**Zadavatel projektu:** Tchibo Praha spol. s.r.o.

**Příhlašovatel:** DAGO s.r.o.

**Autor:** DAGO Team

**Materiál:** Dřevo, chrom, kaučuk, molitan

**Použití exponátu:** Ochutnávky kávy v hypermarketech a v supermarketech po celé ČR.

**Charakteristika exponátu:** Jedinečný promostolek Jihlavanka sloužící k upoutání pozornosti zákazníků netradičním tvarem, designem a ojedinělými materiály (na rozdíl od tradičních plastů byl použit kaučuk, který je lehký, neprodyšný, voděodolný a s delší životností). Chromová konstrukce je doplněna policemi ze dřeva. Součástí je textilní taška.





**N**

## Reklamní dárky v místě prodeje



**57**

## POS - myš zdarma

**Zadavatel projektu:** Sony Europe Limited

**Příhlašovatel:** GREP design, s. r. o.

**Autor:** GREP design, s. r. o.

**Materiál:** papír

**Použití exponátu:** Podložky se umisťují pod určité typy notebooků, aby informovaly, že k notebooku je myš zdarma.

**Charakteristika exponátu:** SONY rádo a hojně využívá POS a POP materiály – mocné zbraně marketingu. Ví, že originální tvář a zajímavé zpracování efektivně pomáhají prodávat jejich produkty a upozorňovat na speciální akce. Jednou ze zdařilých POS realizací, kterou pro SONY připravil GREP, jsou speciální podložky pod notebooky VAIO řady CA. Podložky jsou vyrobeny z papíru, který je poskládán tak, aby vznikla dekorační hrana s vizuálem akce. Zákazník se zde dozví, že při zakoupení notebooku a následné registraci dostane bluetooth myš v barvě notebooku zdarma. POS měl v SONY velký úspěch – uplatňuje se nejen v ČR a SR ale i v Maďarsku, Bulharsku a Rumunsku. (Veškeré jazykové mutace připravil GREP.) Samotný vizuál akce používalo SONY i při své roadshow v obchodních centrech a na hudebních festivalech, kterou zahájilo na konci srpna.



**N**

## Reklamní dárky v místě prodeje



## USB flash paměť 4GB ve tvaru tyčinky Corny

**Zadavatel projektu:**

HERO

**Přihlašovatel:**

Blue Arrow International, s.r.o.

**Autor:**

Michal Jirák

**Materiál:**

speciální forma, celoplošný CMYK potisk na PVC

**Použití exponátu:**

dárek pro podporu prodeje tyčinek Corny

**Charakteristika exponátu:**

USB flash paměť 4GB ve tvaru tyčinky Corny. Když zastrčíte do USB portu počítače, vypadá musli tyčinka jako pravá. Realistický design podle třech příchutí.

**58**



**N**

## Reklamní dárky v místě prodeje



**59**

## Snídaňový táč SCHWARTAU



**Zadavatel projektu:** HERO

**Přihlašovatel:** Blue Arrow International, s.r.o.

**Autor:** Olga Poncarová

**Materiál:**

Plastový omyvatelný povrch, dřevěný rám, bavlněný potah s výplní polystyrenových kuliček

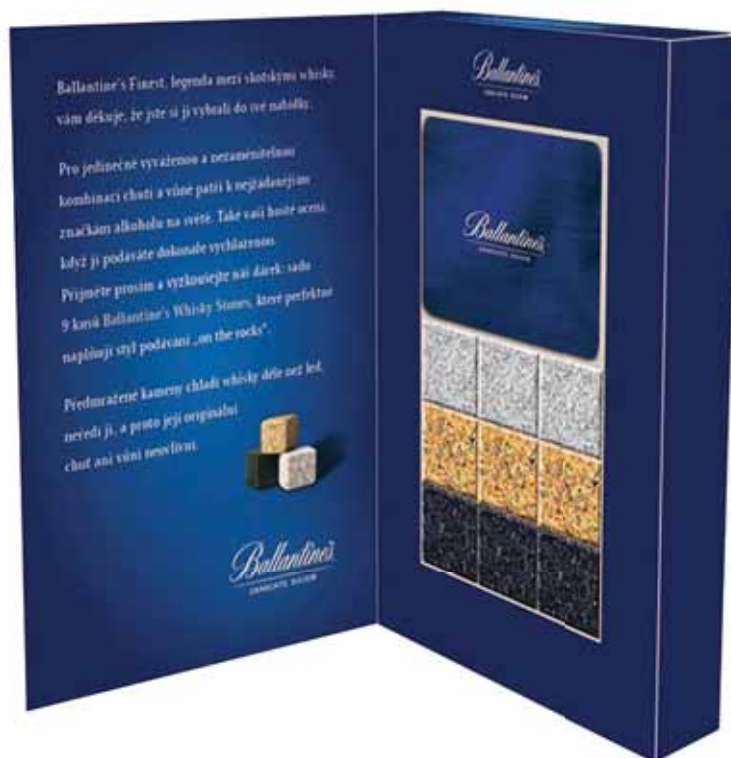
**Použití exponátu:** Podpora prodeje značky džemů SCHWARTAU

**Charakteristika exponátu:** Sedněte si do postele nebo na křeslo a táč se snídaní se měkce vytvaruje podle povrchu na kterém leží. Už se vám snídaně do postele nerozlije.  
POHODA S MARMELÁDOU SCHWARTAU.



**N**

## Reklamní dárky v místě prodeje



## Ballantine's - whisky stones

**Zadavatel projektu:** Jan Becher - Karlovarská Becherovka, a.s.

**Příhlašovatel:** McCoy & Partner spol. s r.o.

**Autor:** McCoy & Partner

**Materiál:**

přírodní žula - 3 barevná provedení, saténový sáček

**Použití exponátu:** Dárek (whisky stones) byl použit v rámci on-trade i off-trade kampaně pro whisky Ballantine's. Jeho získání bylo spojeno s nákupem produktu a výherní mechanikou v podnicích. Automaticky byl pak získán při zakoupení láhve přímo v místě prodeje (moderní trh). Motivací k opakovanému nákupu byla i kompletace všech 3 barevných provedení kamenů.

**Charakteristika exponátu:** Úkolem pro agenturu bylo zajistit realizaci jarní promotion značky Ballantine's v ČR a SR v obou prodejních kanálech (on-trade/off-trade). Pro tuto kampaň byl zvolen koncept „whisky stones“. Tento koncept podporuje všechny rysy značky (kvalita provedení, prémiovost, originalita a jedinečnost, vysoká vnímaná hodnota). Za zmínku rovněž stojí, že agentura nejen, že splnila zadání, ale zajistila přímo výrobu dárku v ČR včetně zdravotní certifikace a o 40% levněji proti tuzemským i zahraničním dárkovým agenturám. Kampaň měla u spotřebitelů velký ohlas, na který ihned reagovali i prodejci barových doplňků, kteří produkt zalistovali do svých nabídek.

**60**



O

**Ostatní (prototypy, vzorky)**



**61**

## **Promostolek Milka**

**Zadavatel projektu:**

Kraft Foods CR s.r.o.

**Přihlašovatel:**

SÁRA s.r.o

**Autor:**

SÁRA s.r.o.

**Materiál:**

Dřevo, plast

**Použití exponátu:**

Vzorek promostolku  
pro ochutnávku čokolád Milka

**Charakteristika exponátu:**

Originální promostolek vyrobený z dřevěné překližky, vhodný pro komunikaci a ochutnávky čokolády. Stolek je dodáván složený v tašce, lze snadno sestavit.



O

**Ostatní (prototypy, vzorky)**

62

## Kávový mlýnek Dallmayr

**Zadavatel projektu:**

Alois Dallmayr Automaten - Service s.r.o

**Přihlašovatel:**

ŠTIKA spol. s r.o.

**Autor:**

Martin Fördös

**Materiál:**

nerez, ocel povrchově upravená komaxitem,  
mořené dřevo, plexi

**Použití exponátu:** Projekt kávového mlýnku Dallmayr byl vymyšlen a navrhnout tak, aby viditelně zaujal a inspiroval ke koupi produktu/nápoje. Nápojové automaty s tímto mlýnkem budou umístěny na veřejná místa, kde svým technologickým zpracováním a typickým krouživým pohybem mají evokovat v lidech klasický ruční mlýnek a zároveň na první pohled dát najevo co nabízí.

**Charakteristika exponátu:**

Maketa mlýnku na kávu s rotujícím ramenem.





O

## Ostatní (prototypy, vzorky)

63

### i-doc stand

**Zadavatel projektu:** Sony Europe Limited

**Přihlašovatel:** GREP design, s. r. o.

**Autor:** GREP design, s. r. o.

**Materiál:** plexi

**Použití exponátu:** Aktivní stojan, který slouží k tomu, aby si spotřebitel vyzkoušel kvalitu zvuku vystavených doků (reproduktorů s dokovací napájecí stanicí pro iPhone, iPad, iPod atd.)

**Zadání projektu:** Spolupráce SONY a reklamní agentury GREP probíhá k oboustranné spokojenosti už déle než pět let. SONY patří mezi nejvýznamnější výrobce spotřební elektroniky na světě. Stejně jako její konkurence (snad i s patřičným předstihem) pochopila tato společnost, že lidé dnes mají čím dál větší zájem produkty nejen vidět, ale také si je vyzkoušet. Tímto způsobem si SONY přálo zviditelnit i své příslušenství k "iProduktům". Cílem bylo vytvořit aktivní stojánek (i-doc stand) sloužící k vyzkoušení mimořádné kvality reprodukce dokovacích stanic "iProduktů" SONY. Popis realizace řešení: GREP navrhl a zhotovil pro SONY variabilní aktivní stojánek pro dokovací stanice "iProduktů" SONY. Stojánek je vyroben z odolného plastu s povrchovou úpravou vysoký lesk a byl vymyšlen tak, aby sloužil všem typům SONY dokovacích stanic bez rozdílu velikosti. Skládá se ze dvou částí – hlavního komponentu, který obsahuje zdroj zvuku pro vyzkoušení kvality reprodukce dokovacích stanic, a vedlejšího, který je menší a má pouze podpůrnou funkci. Části stojánku nejsou spojeny – lze je od sebe patřičně oddálit a tím získat prostor pro vystavení větších dokovacích stanic. Na hlavní části stojánku je umístěné červené tlačítko, které po stisknutí spustí zvuk. Po 30 sekundách se zvuk automaticky vypne. Přední lišta stojánku slouží k umístění základních informací o produktu. Výsledek: Projekt není u konce. Instalace i-doc stand SONY ještě nezačala. Plánuje se tímto způsobem zviditelnit dokovací stanice SONY ve vybraných řetězcích. Stojánky zřejmě najdou uplatnění nejen v ČR ale i v dalších zemích střední a východní Evropy jako je Slovensko, Polsko, Maďarsko, Rumunsko, Bulharsko, Řecko, Slovinsko, Chorvatsko, Bosna a Hercegovina, Srbsko, Makedonie, Albánie či Kosovo.





O

**Ostatní (prototypy, vzorky)**

64



## **Sýrový bochník LEERDAMMER**

**Zadavatel projektu:** Bel Sýry Česko a.s.

**Přihlašovatel:** McCoy & Partner spol. s r.o.

**Autor:** McCoy & Partner

**Materiál:** keramický odlitek, smalt, dřevo, plastová dekorace

**Použití exponátu:** Prototyp primárního vystavení sýrů značky LEERDAMMER v kategorii sýry – chladicí pulty. Zviditelnění značky a komunikace atributů značky a kvality produktu.

**Charakteristika exponátu:** Unikátní zásobník pro expozici balených krájených sýrů odkazuje na kvalitu produktu. Symbolizuje cestu od originálního prvotního produktu k výslednému balenému krájenému sýru, který neztrácí nic z kvality, kterou prototyp demonstruje svým tvarem a provedením.





**P**

## Ekologické koncepce

**65**



## Tričko s límečkem z organické bavlny

**Zadavatel projektu:** Astellas Pharma

**Přihlašovatel:** Blue Arrow International, s.r.o.

**Autor:** Blanka Heltová

**Materiál:** 100% organická bavlna

**Použití exponátu:** Tričko určené pro zviditelnění farmaceutického produktu značky Vesicare

**Charakteristika exponátu:** Oděvy z organické bavlny jsou jedinečné a mají specifické vlastnosti. Odlišují se vysokou jemností a příjemně se nosí. Na rozdíl od běžných oděvů se vyznačují také absencí jakýchkoliv chemikálií, jsou tedy vhodné pro alergiky. Z tkaniny vyrobené z organické bavlny nepronikají žádné toxické látky do pokožky, ta může díky čistotě a jemnosti materiálu lépe dýchat a proto i pro zdravé lidi je oblékání takových oděvů vynikající prevencí před alergickými onemocněními. Tričko Vesicare je určeno pro lékaře.



Q

## Integrované in-store projekty

66

### Od základu nové nakupování

**Zadavatel projektu:** Centrum Černý most

**Příhlašovatel:** WELLEN a.s.

**Autor:** Zuzana Vemeová,  
Zuzana Hrachovinová, Tomáš Paichl,  
Jakub Vysloužil, Petr Fiala, Zuzana Kubisová

**Zadání projektu:** Zadání projektu Centrum Černý most je historicky nejstarším nákupním centrem v České republice. Jeho provozovatelé se pustili do rekonstrukce a budují nové, moderní, nákupní a zábavní centrum. Dva roky přestavování však provází přirozené negativní vlivy na komfort zákazníka a spokojenost nájemců. Naším úkolem bylo zadefinovat komunikační strategii na 2 roky, která by v pozitivním smyslu informovala zákazníka o probíhajících změnách, procesech, budoucích výhodách a která by celkově odlehčila situaci

**Popis realizace:** Realizace projektu „Od základu nové nakupování“ je koncept, který těží z nedostatku rekonstrukce a dává jim pozitivní význam. Jako stavební prvek jsme použili papírové krabice od produktů, ze kterých postupně stavíme od základu nové nakupování, zábavu a sport. Komunikace byla rozdělena do 4 vývojových fází, během kterých má zákazník možnost sledovat proces stavby. Postupným přidáváním a odhalováním produktů ve stěně z krabic parafrázujeme růst a vývoj nového centra. Díky čtvrtletním obměnám se nám dařilo zakomponovávat i sezónní tematiku. Krabice od produktu je základním kamenem a identifikačním prvkem, který funguje napříč celou imageovou a eventovou komunikací, propojuje všechny touchpointy, je jednoznačný pro ATL i BTL. Kromě kreativní produkce (3D modelace a photoshooting) tento projekt dlouhodobě zaměstnává i naše produkční a instalační oddělení. Situace se během stavby neustále mění a to si vyžaduje flexibilní řešení, která jsou efektivní hlavně díky úzké spolupráci s marketingovým oddělením. Aplikována je i široká škála interiérových a exteriérových materiálů, podle druhu touchpointu. Základní seznam materiálů pro podporu image a prodeje: billboard, CLV, poster, externí navigace/BB u silnic, mosty na příjezdových cestách magistrály, areálová navigace, exteriérové a interiérové nadrozměrné plachty jak na budově, tak uvnitř centra, letáky, pohlednice, roll bannery, závěsné plachty, interní navigace, cut-out, informační stánek.

**Výsledek:** Projekt je dlouhodobějšího charakteru a stále ještě v procesu. Ohlasy jsou sice pozitivní, zatím však nemáme hmatatelné výsledky. Konkrétní výzkum bude probíhat na přelomu roku 2011 a 2012.





Q

## Integrované in-store projekty

67



### Danone Activia krémová

**Zadavatel projektu:** Danone

**Přihlašovatel:** POS Media Czech Republic

**Autor:** Jakub Jiruška, Studio Fresh

**Materiály:** Shelf stoppery, regálová lišta, A5 letáky, A1 stojan, 2 motivy Shelf Talkerů, 3D stojna

**Použití projektu:** 20 prodejen Tesco, 20 prodejen Albert

**Zadání projektu:** Activia Krémová je nová řada značky Activie, která je cílena na náročné spotřebitele preferující hustou konzistenci výrobku a bohatou ovocnou chuť. Cílem tohoto projektu bylo upozornit spotřebitele na obchodě, že Activia má nový prémiový produkt a dostatečně zviditelnit novinku na regále. V rámci strategie značky Activia jsme chtěli zachovat zelený blok produktů, ale zároveň i odlišit se od Activie ovocné, a tím zamezit kanibalizace řad.

**Popis realizace:** Reklamní kampaň na nový mléčný výrobek Activia krémová od společnosti Danone probíhala v průběhu října 2011. Intenzivní podpora v místě prodeje, konkrétně v hypermarketech Albert a Tesco, probíhala na 40 českých prodejnách, které zákazníka upoutávaly především v blízkosti vystavení produktu v chlazené sekci. Součástí kampaně byly POS materiály: Shelf Stoppery, regálová lišta, A5 letáky, A1 stojan, 2 motivy Shelf Talkerů v podobě brandované cenovky a šipky k výrobku. Speciálně byla také vyrobena a instalována oblá 3D stojna vysoká 1,5 metru s výřezem. Atraktivní vizuál s motivy produktů a ovocem dle variant příchutí krémové Activie na tradičním zeleném podkladu doplnil kontrastní žluto-červený nápis „Novinka“. Tato intenzivní a moderně pojatá instore kampaň s originálními prvky byla pro nás jako realizátora prozatím nejatraktivnější v sekci mléčných výrobků. Po vizuální stránce se rozhodně klientovi podařilo na prodejní ploše upoutat oko zákazníka a věříme, že i přispěla k touze ochutnat nové jahodové, malinové a broskvové zdravé potěšení od Danone.

**Výsledek:** Kampaň nového launchu zahrnovala kompletní marketingový mix od TV komunikace, PR, podporu na obchodech formou ochutnávek, letákové podpory na všech klientech a zároveň visibilitu na obchodech. Veškeré podpůrné materiály jsou sladěny konceptem kampaně, což vytváří jednotný celek. Součástí byla exkluzivní kampaň pro Tesco, kde jsme představili produkt našim spotřebitelům o týden dříve. Následovala intenzivní podpora na Aholdu a Tescu, kde jsme zvolili jiné typy POS. V kombinaci s ochutnávkami spotřebitelé projeví větší zájem o tento produkt, což se též projevilo výrazně na prodejkách. První výsledky ukazují, že kampaň splnila naše očekávání.



**Q**

## Integrované in-store projekty

**68**

### Ballantine's

Integrovaná kampaň / Jaro 2011

**Zadavatel projektu:**

Jan Becher - Karlovarská Becherovka, a.s.

**Přihlašovatel:**

McCoy & Partner spol. s r.o.

**Autor:**

McCoy & Partner

**Materiál:** tradiční POS materiály

**Použití exponátu:** Integrovaná kampaň v místě prodeje.

**Zadání projektu:** Whisky Ballantine's je již dlouhodobě a celosvětově jednou z nejoceňovanějších skotských whisky vůbec. Má i své přední místo v uznávané publikaci „Whisky Bible“. Úkolem agentury bylo připravit jarní kampaň pro rok 2011 v souladu s celosvětovou komunikační strategií „Plan Ballantine's“, která je vhodná pro český a slovenský trh. Kampaň měla být připravena pro oba prodejní kanály: on-trade (podniky, bary a restaurační zařízení, kde se prodává tato whisky) a off-trade kanál (moderní a tradiční trh, řetězce). Kampaň v místě prodeje v obou kanálech měla být integrována s digitální kampaní a PR propagací. Obě místa prodeje měla být propojena komunikací a dárkem. Marketingovými cíly kampaně bylo zvýšení vnímání značky, „překvapení“ spotřebitele v místě prodeje formou prémiového a originálního dárku, generování PR a WOM, představení značky jako kreativní a inovativní u cílové skupiny: muži „40-55“ let.

**Popis realizace:** Pro kampaň byla zvolena komunikace „NENÍ PRO KDEKOHO, ALE VY PŘECI NEJSTE KDEKDO!“ Tento koncept přesně vystihoval positioning značky na specifickém československém trhu, kde značka stále trpí svým vnímáním z komunistické éry. V podnicích byla kampaň komunikována speciálními POS materiály, které sloužily pro zvýšení visibility v místě prodeje a komunikovaly dárkovou mechaniku. Pro řetězce jako místo prodeje byl navržen speciální nosič dárku a komunikace na hrdlo láhve. Tento „neck-hanger“ sloužil současně jako komunikace v rámci produktového vystavení na regálech. O impuls k nákupu se postaral dárek v podobě Whisky Stones. Whisky Stones jsou malé kostky vyrobené z přírodní žuly. Tyto kameny nijak neovlivňují chuť ani vůni nápoje a díky svým tepelným vlastnostem představují ideální chladič médium. Kameny vydrží nápoj chladit déle než běžné kostky ledu, zbytečně ho neředí a doslova naplní známé podávání whisky „on the rocks“. Díky tomuto artiklu byla kampaň velmi přesně cílena na stanovenou cílovou skupinu. Spotřebitelé měli možnost tento dárek získat k nákupu značky Ballantine's Finest na kanálech On-trade a Off-trade. Pro opakovaný nákup byl spotřebitel vyzván formou kompletace sbírky 3 barevných variant ze série Whisky Stones. Realizace dárků proběhla zcela v produkci agentury, která zajistila jak samotný dárek a jeho balení, tak veškeré zdravotní atesty a certifikace produktu a veškerou komunikaci v místě prodeje.

**Výsledek:** Realizované řešení mělo velký WOM efekt mezi spotřebiteli, které dárek velmi překvapil a byl tématem rozhovorů. Důkazem tohoto tvrzení bylo velké množství e-mailů na adresu značky, kde se spotřebitelé dožadovali zaslání sady Whisky Stones či jejího zakoupení. Ballantine's jako první představila Whisky Stones české a slovenské veřejnosti. V rámci celé kampaně bylo distribuováno více jak 50 000 kusů Whisky Stones mezi spotřebitele. Kampaň splnila veškeré komunikační cíle a předčila ty obchodní. Veškerý podpořený objem značky (= cílový objem prodaného zboží) byl vyprodán během první poloviny kampaně. Whisky Stones byly pro svůj úspěch zařazeny do nabídky specializovaných prodejců whisky a gastro doplňků.

