



Středoevropská kancelář POPAI CE pořádá soutěž

# POP AI AWARDS 2013

o nejlepší prostředky komunikace a reklamy v prodejních místech



**21. listopadu 2013**

Kongresové centrum U Hájků, Na Poříčí 42, Praha 1

# KATALOG EXPONÁTŮ



# The Global Association for Marketing at - Retail

Podporujeme marketingovou  
komunikaci v místě prodeje



## ■ Středoevropská pobočka světové asociace POPAI

- sdružuje významné společnosti působící v oblasti in-store komunikace a retail marketingu,
- svými aktivitami podporuje tento obor v Čechách, na Slovensku i v ostatních středoevropských zemích,
- rozvíjí specializované programy pro jednotlivé sféry oboru: digitální komunikace, POP materiály, světelná reklama, reklamní dárky,
- rozšiřuje spolupráci se zadavateli reklamy i studenty vysokých škol se specializací na marketingovou komunikaci.
- pomáhá svým členům efektivně využívat reklamu v místě nákupu,
- je jedinečným zdrojem informací a novinek o POP oboru,
- realizuje výzkumy trhu zaměřené na efektivitu POP a analýzy nákupního chování,
- organizuje kontinuální vzdělávací program „Univerzita POPAI“,
- je pořadatelem soutěže POPAI AWARDS a konference Marketing at-retail POPAI forum,
- podporuje novou generaci odborníků v rámci soutěže POPAI STUDENT AWARD,
- zviditelňuje obor in-store komunikace a reprezentuje své členy v celosvětovém měřítku.



## POP AI CENTRAL EUROPE

Daniela Krofiánová  
tel.: +420 775 989 853  
e-mail: dkrofianova@popai.cz

Marcela Pazourková  
tel.: +420 608 257 701  
e-mail: mpazourkova@popai.cz

[www.popai.cz](http://www.popai.cz)



## OBSAH

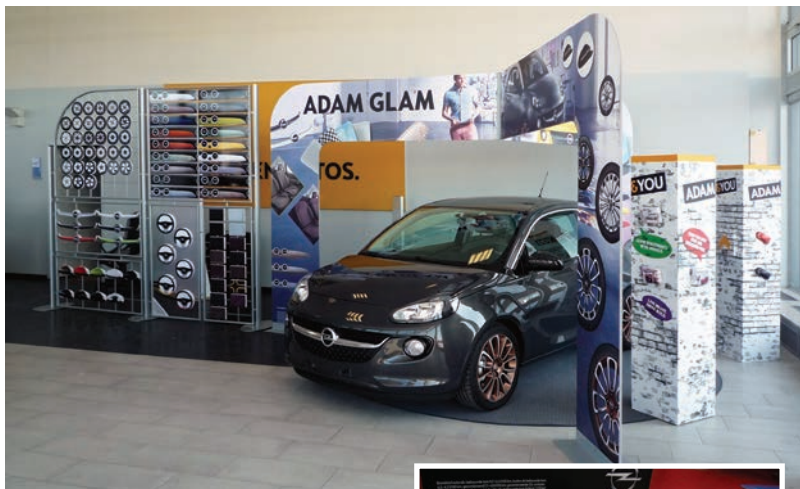
 <b>ATSDisplay</b> <small>Advertising &amp; POS Solutions</small>	<b>ATS Display Sp. z o.o.</b> ..... 3, 24, 30, 37, 61
 <b>authenticapop</b> <small>POP &amp; POS SOLUTIONS</small>	<b>Authentica, s.r.o.</b> ..... 2, 7, 10, 14, 19, 22, 26, 53, 62
 <b>branaldi</b> <small>dáváme papíru život</small>	<b>Branaldi s.r.o.</b> ..... 6, 9
 <b>ČESKÁ POJIŠŤOVNA</b>	<b>Česká pojišťovna</b> ..... 55
 <b>DAGO</b>	<b>Dago, s.r.o.</b> ..... 13, 15, 28, 33, 43, 47, 48, 57, 58, 60, 70
 <b>DEKOR</b>	<b>DEKOR, spol. s r.o.</b> ..... 1, 39, 50
 <b>eclipse.</b>	<b>Eclipse print a.s.</b> ..... 4, 36, 56, 59
 <b>Hanton®</b>	<b>Hanton-svetelné reklamy, s.r.o.</b> ... 42
 <b>HIPERCOM</b> <small>RETAIL STORE EVENTS</small>	<b>Hipercom s.r.o.</b> ..... 69
 <b>MORIS DESIGN</b>	<b>MORIS design s.r.o.</b> ..... 27, 29, 31, 34, 41, 44, 46, 49, 54, 73
 <b>mtbc</b> <small>Innovation in all</small>	<b>MTBC s.r.o.</b> ..... 40
 <b>ppm factum</b>	<b>ppm factum a.s.</b> ..... 51
 <b>PROFIT MK</b> <small>ČESKÉ POJIŠŤOVNÉ</small>	<b>Profit MK, s.r.o.</b> ..... 20, 21
 <b>promoangel.com</b> <small>marketing services</small>	<b>PROMOANGEL, s.r.o.</b> ..... 68
 <b>Ross</b> <small>komplexní výroba světelných reklam a POP produktů</small>	<b>Ross s.r.o.</b> ..... 23, 38, 52
 <b>SPEED PRESS+</b> <small>reklamní a dárkové předměty</small>	<b>SPEED PRESS Plus a.s.</b> ..... 65, 66, 67
 <b>STI GROUP</b>	<b>STI Group</b> ..... 5, 8, 12
 <b>STORY DESIGN</b>	<b>STORY DESIGN, a.s.</b> ..... 11, 17, 32
 <b>up brand activation</b> <small>brand activation solutions</small>	<b>up brand activation, s.r.o.</b> ..... 74, 75
 <b>wellen</b>	<b>WELLEN a.s.</b> ..... 45, 63, 64
 <b>WILLSON &amp; BROWN</b>	<b>Willson&amp;Brown Czech, s.r.o.</b> ..... 16, 18, 25, 35
 <b>WMC GREY</b>	<b>WMC/GREY</b> ..... 71, 72



**A**

## Automobily

**1**



## ADAM GATE PLUS

**Zadavatel projektu:** Adam Opel AG, Německo

**Přihlašovatel:** DEKOR, spol. s r. o.

**Materiály:** kov, hliník, forex deska, přímý UV tisk

**Použití exponátu / projektu:** evropské autosalony

**Charakteristika exponátu / projektu:** POS stěna Adam Gate Plus

**Charakteristika exponátu:** POS stěna Adam Gate Plus je nadstavbou k „bráně“ Adam Gate, která je umístěná přímo nad prezentovaným automobilem. Tento POS materiál slouží k lepší ukázce možnosti variability interiéru a exteriéru automobilu, kterou firma Opel začala u svých modelů nabízet. Systém uchycení panelů s vyobrazením detailů interiéru / exteriéru umožňuje nejen jejich přímou prezentaci zákazníkovi, ale i jejich možnou budoucí výměnu v případě nové kolekce potahů, disků, palubní desky, atd. Potištěné panely vyobrazují různé typy a barevné mutace interiéru a exteriéru modelu auta Opel Adam včetně doplňků, které je možné konfigurovat na zakázku. Zákazník si tedy může přímo v autosalonu udělat představu o možnostech ve výběru, který nový model Opel Adam nabízí, a to zcela praktickým a komfortním způsobem a je alternativou k tištěným katalogům či nabídko na web stránkách. Jednotlivé prvky může zákazník vzít přímo do ruky, začít kombinovat a sestavit si automobil dle svých představ. Materiálově je vše řešeno kombinací hliníkových profilů uchycených ke kovovým základnám. Prezentované panely jsou zavěšeny pomocí plastových klipů na kovových rámech. Díky vysoké kvalitě UV tisku na šedý forex je dosaženo stejného vzhledu jako u skutečného dílu nebo doplňku. Součástí kolekce je i nášlapná podložka upozorňující na provedení modelů s náhonem na všechny 4 kola. Stojany byly vyrobeny a dodány do evropských autosalonů ve stovkách kusů.





**A**

**Automobily**

**2**

## Produktový stojan Castrol

**Zadavatel projektu:** Castrol Lubricants (CR), s.r.o.

**Příhlašovatel:** Authentica, s.r.o.

**Autor:** authentica design

**Materiál:** kov, plast, LED osvětlení

**Tisk:** PVC folie, digitální tisk

**Rozměry:** 650 x 400 x 1865mm (d x š x v)

**Požítí exponátu:**

Produktový stojan na oleje Castrol Edge umístěvaný na AUTO-MOTO prodejny

**Charakteristika exponátu:** Cílem bylo vytvořit atraktivní permanentní stojan. Výsledkem je podlahový produktový stojan se zkosenou hranou topperu podtrhující originalitu značky Castrol a výjimečnost nové produktové řady olejů Castrol Edge. Atraktivita stojanu resp. značky je umocněna celoplošným brandingem a snadný přístup k produktům zase otevřenou pravou bočnicí stojanu. Stojan byl vyroben v nákladu 30ks určeném pro český trh.





**A**

**Automobily**

**3**

## Castrol Display

**Zadavatel projektu /Customer:**

Pedara Logistik GmbH

**Přihlašovatel/Applicant:**

ATS Display Sp. z o.o.

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

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

Vakuově tvarovaný materiál HIPS (nárazuvzdorný polystyrén), kovová konstrukce s práškovým nástřikem. / Exhibited product is made of vacuum formed HIPS on powder coated metal construction.

**Charakteristika/Exhibit description:**

Dobře navržený displej s pevnou konstrukcí. Součástí stojanu jsou 4 kovové police, z nichž každá je osvětlena. Stojan je vybaven 4 kolečky, z toho jsou 2 kolečka s brzdami. V přední části každé police jsou umístěny cenovkové lišty, do kterých jsou vloženy tištěné papírové prvky. Transparentní držák na letáky a kovový háček pro další materiály jsou umístěny na boční straně stojanu.

Well designed display with solid construction. Unit equipped with 4 metal shelves – each one with illumination and 4 wheels – including 2 wheels with brakes. Each shelf equipped with front price strips with printed paper inserts inside. Transparent leaflet holder and metal hook for additional material placed on one side panel.





**B**

**Nealkoholické nápoje, potraviny**

**4**



## **hrnek JACOBS Branding permanentního stojanu**

**Zadavatel projektu:** Mondelez CZ

**Příhlašovatel:** Eclipse print a.s.

**Autor:** Eclipse/Promoangel

**Materiál:** PVC vynilová folie s lesklou laminací, aluboand 3 mm, plast cherry 3 mm, dřevěná deska playwood 15mm

**Použití exponátu:** prodejní stojan je určen pro použití v řetězcích tradičního i moderního trhu jako podpora prodeje v rámci akce SHOP in SHOP - zdravá snídaně

**Charakteristika exponátu:** branding stojanu je vyroben kombinací tiskové technologie flatbad, přímého potisku materiálů i PVC folií s lesklou laminační úpravou a následný polep materiálů cherry plast foam 3 mm, alubond 3 mm a dřevěná deska playwood 15mm, následný tvarový technologii laseru a kompletace. branding je snadno oddělitelný od samotného stojanu s možností použít opakovaně.



**B**

## Nealkoholické nápoje, potraviny

**5**



## Display kávovar

**Zadavatel projektu:** Nestlé Česko

**Přihlašovatel:** STI Česko s.r.o.

**Autor:** STI Group

**Materiál:** vlnitá lepenka

**Použití exponátu:** display kávovar je určen do obchodního řetězce, kde komunikuje kávové kapsle Dolce Gusto společnosti Nestlé ve spojení s kávovary Krups

**Charakteristika exponátu:** Obliba přípravy kávy v moderních kávovarech v poslední době stoupá. Proto se společnost Nestlé rozhodla promovat kávové kapsle společně s kávovary. Zadáním bylo vytvořit display, který bude poutat pozornost zákazníka svou podobností s kávovarem a přiláká spotřebitele, kteří potřebují kapsle i zcela nové zákazníky, kteří koupí kávovar i s kapslemi. Jedná se o otevřený stojan s nástavcem v horní části, který zajišťuje velmi dobrou vizibilitu.





**B**

## Nealkoholické nápoje, potraviny

**6**



## Stojan Jacobs Monarch

**Zadavatel projektu:** Kraft Foods UA

**Přihlašovatel:** Branaldí s.r.o.

**Autor:** Jura Pylypčuk

**Materiál:** Karton, led diody

**Použití exponátu:** Instore podpora prodeje

**Charakteristika exponátu:**

Podlahový stojan pro podporu uvedení nového produktu - Jacobs Monarch na trh



**B**

**Nealkoholické nápoje, potraviny**

**7**

## **Prémiový Lipton stojan 1/4 paletový – na sypané čaje**

**Zadavatel projektu:** UNILEVER ČR, spol. s r.o.

**Příhlašovatel:** Authentica, s.r.o.

**Autor:** authentica design

**Materiál:** vlnitá lepenka, PET

**Použití exponátu:** maloobchodní síť 2013

**Charakteristika exponátu:** Display jsme navrhli na základě požadavků klienta, který na náš trh uvádí nový sypaný čaj Lipton v prémiovém balení. Největší důraz byl kladen na vysokou vizibilitu produktů „Lipton - sypané čaje“ na moderním trhu. Dalším kritériem bylo vyvinout snadno složitelný stojan neotřelého designu, s 5ti policemi a grafické i designové ztvárnění mělo být zaměřeno na tzv „přírodní produkt“. Při vývoji tohoto stojanu se naši kreativci zaměřili na tvar stojanu, kdy netradiční šikmé police ve stojanu jsou podtrženy horní topkartou ve tvaru volně vlajícího listu. Celkový dojem se zvýšil po zapracování grafiky. Jednoduchý motiv zelené rostliny mladého čajovníku podtrhuje čerstvost produktu, což byl od začátku požadavek klienta a náš záměr. Výsledkem našeho snažení je funkční, tvarově neotřelý a díky grafice také nepřehlédnutelný display.





**B**

## Nealkoholické nápoje, potraviny

**8**

### Display lahev

**Zadavatel projektu:** Rüdeshheimer Confiserie

**Přihlašovatel:** STI Česko s.r.o.

**Autor:** STI Group

**Materiál:** vlnitá lepenka

**Použití exponátu:** display na cukrovinky je určen do obchodních řetězců i na nezávislý trh

**Charakteristika exponátu:** Na začátku minulého století nebylo příliš možné propagovat alkohol pro dámy a proto v roce 1924 vymyslel pan Hugo Asbach pralinky plněné likérem. V dnešní době si do displaye navrženého STI Group pro pralinky sáhnou rádi i muži... Jako jedna z nejznámějších značek v Evropě dbá Asbach důsledně na klasický vzhled svých POS nástrojů. Vyvinutý display má za úkol co nejvěrněji kopírovat prodávanou lahvičku s likérovými pralinkami. Oválný a otevřený tvar má lákat pohodlným přístupem k produktům. Konstruktivní řešení spodního soklu s automatickým dnem umožňuje rychlé složení displaye v místě prodeje. Svou podobností s primárním obalem i dostatečnou výškou 1940 mm zcela jistě zasáhne spotřebitele a poslouží k impulsnímu nákupu.





**B**

**Nealkoholické nápoje, potraviny**

**9**



## Stojan Barni

**Zadavatel projektu:** Kraft Foods UA

**Přihlašovatel:** Branaldí s.r.o.

**Autor:** Jura Pylypčuk

**Materiál:** Vlnitá lepenka

**Použití exponátu:** Instore podpora prodeje

**Charakteristika exponátu:**

Stojan pro in-storovou podporu prodeje nově uváděného produktu na trh.



## **B** Nealkoholické nápoje, potraviny

# 10

### **BOHEMIA CHIPS FARMÁŘSKÉ**

**Zadavatel projektu:** INTERSNACK, a.s.

**Příhlašovatel:** Authentica, s.r.o.

**Autor:** authentica design

**Materiál:** Karton, vlnitá lepenka

**Tisk:** ofsetový + povrchová úprava - lamino

**Požítí exponátu:** Interiérové, maloobchodní síť CZ

**Charakteristika exponátu:** Vytvořit atraktivní kartonový stojan jako součást podpory prodeje nové značky FARMÁŘSKÉ CHIPSY – to bylo základní zadání klienta, které obsahovalo další požadavky jako nosnost stojanu a jeho snadné sestavení na místě prodeje. Kreativním a konstrukčním výsledkem je čtyřpolicový stojan v barvách značky FARMÁŘSKÉ, navíc potisk motivu dřeva dodává stojanu opravdu „přírodní“ vzhled. Nejenom dekorace, ale i bočnice a záda vytváří dostatek prostoru pro marketingové sdělení. Stojan tak z každého úhlu upoutává pozornost pozorovatele.

Nosnost stojanu optimálně vyhovuje zatížení – 60ti kusům balení chipsů. Konstrukční řešení zajišťuje snadné sestavení stojanu na POS: Stojan se skládá z pláště z jednoho kusu, polic, které se bezpečně stohují na sebe a horní dekorace ve tvaru farmářského koše s přední topkartou. Počet polic odpovídá čtyřem druhům Farmářských chipsů – každá příchuť má tak vlastní prostor pro vystavení. Horní dekorace „farmářský koš“ dodává stojanu velkou atraktivitu – kromě reklamního poselství přináší také možnost umístit produkty tam, kde snadno přitáhnou oči zákazníků. S možností výměny přední topkarty se tato dekorace stává výrazným dominantním prvkem podpory prodeje „farmářské“ kampaně.





**C**

## Alkoholické nápoje, tabák

**11**



## Rémy Martin

**Zadavatel projektu:** Sans & Serif pro Rémy Cointreau ČR

**Přihlašovatel:** STORY DESIGN, a.s.

**Autor:** Lukáš Brza/ Michal Anelt (Sans & Serif)

**Materiál:** Setacryl černý + červený

**Použití exponátu:** Prémiový stojan pro prezentaci koňaku Rémy Martin

**Charakteristika exponátu:** Stojan navržený pro lepší vizibilitu a zvýšení prodeje ucelené produktové řady koňaků Rémy Martin (RM, V.S.O.P., RM Coeur de Cognac, RM XO) na backbarech, případně barových pultech v TOP podnicích v České republice a na Slovensku s výrazným podílem prodeje koňaků.



**C**

## Alkoholické nápoje, tabák

**12**

### Regál na speciality

**Zadavatel projektu:** Weisses Bräuhaus

**Příhlašovatel:** STI Česko s.r.o.

**Autor:** STI Group

**Materiál:** smrková deska

**Použití exponátu:** regál na pivní speciality je určen pro velkoobchody s nápoji i do obchodních řetězců

**Charakteristika exponátu:** Regál na pivní speciality ze smrkového dřeva je určen k prodeji jednotlivých lahví i skupinového balení značky Schneider Weisse. Regál je složený z pěti pater, které mají svým materiálem i vzhledem evokovat historické přepravy pivovaru. Postranní logo vytvořené digitálním potiskem vzbuzuje dojem vypálení, zavěšený chmel má podtrhnout přírodní původ materiálu i produktu. Integrované LED světlo dodává regálu trochu moderního nádechu. Regál na pivní speciality je na místo určení dodáván již v sestaveném stavu.





**C**

## Alkoholické nápoje, tabák



## Kovový stojan Grant's

**Zadavatel projektu:** Remy Cointreau CZECH REPUBLIC s.r.o.

**Příhlašovatel:** Dago, s.r.o.

**Autor:** Dago Team

**Materiál:** kov, plast

**Použití exponátu:**

Instalace na hypermarketech a supermarketech v České a Slovenské republice.

**Charakteristika exponátu:** Kovový stojan značky Grant's je koncipován jako netradičně pojatý kovový stojan, u něhož byl při zadání klientem požadavek především na rychlé sestavení na prodejně. Stojan se tak skládá pouze ze sedmi dílů (dvě bočnice, sokl a 3 poličky + přídatný topper). Pro sestavení stojanu není třeba žádného nářadí. Atypické provedení, které odlišuje stojan od ostatních volně stojících stojanů na prodejně, jsme dosáhli zakomponováním prvku v podobě ohnuté jeklové konstrukce do tvaru sudu. Tím jsme docílili rychlého a srozumitelného provázání stojanu se značkou Grant's. Branding je snadno zaměnitelný za ostatní brandy klienta díky použití deinstalovatelných prvků.

**13**





C

**Alkoholické nápoje, tabák**

14

## Jack Daniel's Honey

**Zadavatel projektu:**

Brown-Forman CR,SR

**Příhlašovatel:**

Authentica s.r.o.

**Autor:**

Brown-Forman a authentica design

**Materiál:** vlnitá lepenka

**Použití exponátu:**

na super/hyper marketech

**Charakteristika exponátu:** Aby vznikl kvalitní a trvanlivý podlahový stojan, který si zachová prémiový vzhled při nízké ceně, tak jsme se s našim konstrukčním oddělením museli hodně posnažit a umožnit vznik stojanu z vlnité lepenky. Svým tvarem a brandingem je jedním velkým upozorněním na nový produkt v řadě Jack Daniel's a to Jack Daniel's Honey, kdy na sebe upozorňuje tvarem včelí plástve. Velmi atypický tvar stojanu oproti ostatním 99% kartonových stojanů velmi poutá pozornost na trhu a plní tak maximálně účel, který klient chtěl, a to výrazné druhotné umístění na prodejní ploše pro svůj produkt.





**C**

## Alkoholické nápoje, tabák



## Stojan na pivo Lobkowicz

**15**

**Zadavatel projektu:** Pivovary Lobkowicz, a.s.

**Příhlašovatel:** Dago, s.r.o.

**Autor:** Dago Team

**Materiál:** kov, plast

**Použití exponátu:** Maloobchodní síť

**Charakteristika exponátu:** Stojan využitý v rámci komplexní kampaně „Cesta pivních znalců“ byl od počátku koncipován netradičně. Zdánlivě jednoduchá kovová konstrukce s pevně uchycenými policemi na pivní speciály z portfolia Pivovaru Lobkowicz byla pečlivě dotvořena bočnicemi a stříškou tak, aby vytvářela dojem rozcestníku. Grafická atypičnost provedení s důrazem na tvarovou odlišnost a nosnou myšlenku staví tento stojan mezi unikátní realizace, které na prodejní ploše zcela jistě nezůstane bez povšimnutí.



**C**

**Alkoholické nápoje, tabák**

**16**



## **GONDOLA END HEINEKEN**

**Zadavatel projektu:** HEINEKEN CR

**Přihlašovatel:** Willson & Brown Czech s.r.o.

**Autor:** Heineken CEE

**Materiál:** Kov, dřevotříska

**Použití exponátu:**

Stojan je primárně určen pro podporu značky Heineken ve střední a východní Evropě.

**Charakteristika exponátu:** Jediněčný kovový stojan s vnitřní konstrukcí pro lednici. Stojan byl vyvinut pro umístění na koncích cela regálu nebo místo regálu v obchodě. Expozice produktu je nasvícena LED diodami a loga na toperu jsou podsvětlena.



**C**

**Alkoholické nápoje, tabák**

**17**



## **Display Valmont**

**Zadavatel projektu:** JT International spol.s.r.o.

**Příhlašovatel:** STORY DESIGN,a.s.

**Autor:** STORY DESIGN,a.s. - Bohuslav Sedlák

**Materiál:** kov, plast - satin, akrylát, naprogramované LED diody

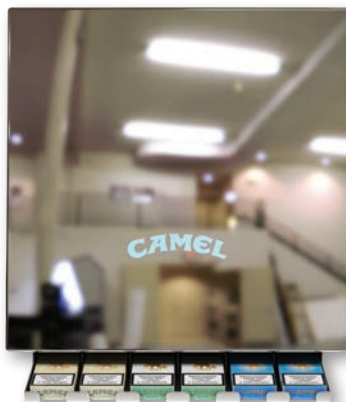
**Použití exponátu:** Display je určený do trafik umístěný v části za pokladnou ve výši očí.

**Charakteristika exponátu:** Display JTI slouží k prezentaci vybraných brandů cigaret a jejich zviditelnění. Dle dílčích brandů je možno naprogramovat LED diody do různých barevných kombinací.



**C**

## Alkoholické nápoje, tabák



## CAMEL LCD podavač

**18**

**Zadavatel projektu:** JTI

**Příhlašovatel:** Willson & Brown Czech s.r.o.

**Autor:** Willson & Brown

**Materiál:** kov, LCD display, PET

**Použití exponátu:** Podpora nové limitované edice barevných krabiček, zvýšení prodeje. Jde o extenzivní komunikaci značky a praktickou funkci podavače.

**Charakteristika exponátu:** LCD Camel podavač vyrobený pro JTI Polsko je elegantní, působí na zvýšení prestiže značky, efektivně komunikuje a prezentuje produkt a zároveň jej harmonizuje s prodejním prostředím. Camel podavač naznačuje novou cestu prezentace cigaret v segment HORECA – vedle své ryze praktické funkce extenzivně komunikuje i charakter značky. Jedná se o zajímavý a inovativní projekt. Podavač je vybaven klasickým LCD displejem, který je viditelný pouze tehdy, když se spustí prezentace. Je totiž ukrytý za poloprůhlednou plochou podobnou benátskému zrcadlu. Prezentace a další grafické prvky jsou dokonale viditelné za tlumeného osvětlení. Za zmínku stojí také zvedací systém LCD panelu. Konstrukteři využili hydraulický zvedák, který umožňuje jeho téměř bezpracné při doplňování zásob v podavači.



## **D** Drogerie, kosmetika

**19**

### **stojan Herbadent**

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

**Přihlašovatel:** Authentica s. r. o.

**Autor:** atta creative, s. r. o.

**Materiál:** karton, PET, akrylát

**Použití exponátu:** v ordinacích zubních lékařů

**Charakteristika exponátu:**

Podlahový prezentační stojan pro novou produktovou řadu Herbadent Professional do ordinací zubních lékařů.

Stojan splňuje velké množství požadavků: prostor k umístění v ordinacích, prémiovost, prezentační i zásobní charakter, odběr produktů snadný pro zubaře, ale ne příliš snadný kvůli nechtěnému odběru. Efektivní poměr cena vs. výkon.

Horní část - barketka má prezentační charakter pro předvedení portfolia produktu Herbadent Professional. Při nedostatku místa v ordinaci je možné použít barketu na vystavení produktů samostatně.

V neposlední řadě byl kladen velký důraz na propojení designu produktů Herbadent a našeho návrhu stojanu.





## **D** Drogerie, kosmetika

**20**



## **Stojan Signal**

**Zadavateľ projektu:** Unilever Slovensko, s.r.o.

**Prihlasovateľ:** Profit MK, s.r.o.

**Autor:** Ing. Milos Stuchlik, Pavol Bystricky

**Materiál:** kartón EB vlna, ofsetová tlač, lesklé lamino

**Použitie exponátu:** obchodné reťazce v SR

**Charakteristika exponátu:** Predajný stojan bol navrhnutý pre značku Signal tak, aby sa svojim dizajnom výrazne oddelil o okolia a upútal pozornosť v mieste predaja.



## **D** Drogerie, kosmetika

**21**



### **Stojan Rexona**

**Zadavateľ projektu:** Unilever Slovensko, s.r.o.

**Prihlašovateľ:** Profit MK, s.r.o.

**Autor:** Ing. Milos Stuchlik, Pavol Bystrický

**Materiál:** kartón EB vlna, ofsetová tlač, lesklé lamino

**Použitie exponátu:** obchodné reťazce v SR

**Charakteristika exponátu:** Predajný stojan bol navrhnutý pre značku Rexona s cieľom osloviť mladú generáciu s prihliadnutím na využitie korporátnej grafiky.





## **D** Drogerie, kosmetika

**22**

### **Lollipops display na francouzskou dekorativní kosmetiku**

**Zadavatel projektu:**

Fann Retail, a.s.

**Příhlašovatel:** Authentica s.r.o.

**Autor:** authentica design

**Materiál:** lamino + plast akrylát

**Použití exponátu:**

maloobchodní síť Fann parfumerií 2013

**Charakteristika exponátu:** Display jsme navrhli na základě požadavků klienta a v souladu se styleguidelines z mateřské společnosti z Francie. Největší důraz byl kladen na prezentaci produktů a možnosti testování vzorků přímo ze stojanu. V dolní části v šuplicích je pak uskladněno prodejní zboží, které personál na základě požadavku zákazníka vydá. Barkety, které jsou z opálového akrylátu a navrhli jsme je tak, aby produkty dobře držely a zároveň byly max. vidět. Nejtěžší bylo na tomto projektu skloubit originální vzhled a dlouhodobá použitelnost tohoto displaye s nastaveným budgetem, což se nakonec splnilo ke spokojenosti klienta. Tento display je možno vidět na všech prodejnách Fann v ČR.





## **D** Drogerie, kosmetika

**23**

### **Esthederm summer display**

**Zadavateľ projektu:** BESTimp s.r.o

**Prihlašovateľ:** Ross s.r.o.

**Autor:** Martin Porubčanský

**Materiál:** Kovová konštrukcia, farebný akrylát-poličky, číry akrylát - bočnica, zrkadlová stena

**Použití exponátu:** Atraktívny, originálny nosič, ktorý priťahuje záujem nakupujúcich a prezentuje jedinečné vlastnosti ponúkaného tovaru, čím prispieva k úspechu klientov na trhu. Kládne zvláštny dôraz na inovatívne prvky, ktoré zabezpečujú atraktívnu prezentáciu vystaveného tovaru.

**Charakteristika exponátu:** Letný motív na stojan pre spoločnosť Esthederm je nápaditým prvkom na každej prevádzke. Jeho základom je kovová konštrukcia povrchovo upravená práškovým lakovaním na požadovaný odtieň, ktorá je opláštená bielym dibondovým plechom. Z prednej aj zadnej strany stojana je aplikovaná grafika (UV potlač žena Esthederm), celá plocha dibondu je potiahnutá UV lamináciou. Vo vrchnej časti stojana je z oboch strán umiestnený logo typ ESTHEDERM, ktorý je vyrobený z mliečneho akrylátu s potlačou (logo vystupuje z dibondového opláštenia). Pre vystavenie produktov sú v ľavej časti stojana umiestnené poličky z číreho akrylátu s aplikáciou potlačenej fólie v požadovaných odtieňoch, zadná časť poličiek je zo zrkadlového akrylátu. Pre zníženie rizika odcudzenia produktov sú poličky prekryté krytom z číreho Pet-G akrylátu. Stojan je prevedený ako svetelný, tzn. podsvietené je logo ESTHEDERM (z prednej strany svieti nahnedo, z boku na bielo) a taktiež z vrchnej strany nasvietené akrylátové poličky.





**D**

**Drogerie, kosmetika**

**24**



## **Dove C4 Display**

**Zadavatel projektu /Customer:**

Unilever Polska Sp. z o.o.

**Přihlašovatel/Applicant:**

ATS Display Sp. z o.o.

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

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

Exponát je vyroben z kovu, z materiálů PMMA, HIPS a materiálů na bázi dřeva.

Exhibited product is made of metal, PMMA, HIPS and wood-based materials.

**Použití exponátu/ Place of use:** Supermarkety / Supermarkets

**Charakteristika/Exhibit description:**

Dove C4 Displej je trvalý, oboustranný stojan pro sortiment kosmetických výrobků, který je umístěn volně v prostoru. Boční strany umožňují umístění vyměnitelné grafiky a součástí stojanu jsou 4 další stojánky pro testery.

Dove C4 Display is permanent freestanding two-sided cosmetic cabinet exhibitor, which can be set as a tip rack or individually. Unit has a changeable side graphics and 4 additional elements for testers.



## D Drogerie, kosmetika



### Kufřík AVON Ignite

**Zadavatel projektu:** AVON Cosmetics ČR

**Přihlašovatel:** Willson & Brown Czech s.r.o.

**Autor:** Michał Hibner

**Materiál:** PET, hliník

**Použití exponátu:** Jedná se o prezentační kufřík pro AVON Ladies, který představuje novou řadu dekorativní kosmetiky Ignite. AVON Lady jej užívají při svých prezentacích zákaznicím v různých prostředích (byty, kanceláře, shopping mally...). Kufřík slouží zároveň jako expozitor na vzorky jednotlivých barev, zároveň jako lehce transportovatelný kufřík na kolečkách.

**Charakteristika exponátu:** Kufřík je snadno transportovatelný ve složeném stavu pomocí hliníkové konstrukce s kolečky. V místě prezentace se konstrukce promění v podstavec, na kterém je poté kufřík se vzorky umístěn otevřený. Celá konstrukce je díky použití hliníku lehká. Uvnitř kufříku je zároveň zrcadlo, které umožňuje přímé testování produktů. Design kufříku vychází z korporátních barev AVON. Působí atraktivním, přesto dostupným dojmem.

**25**



**D**

**Drogerie, kosmetika**



## Schmetterling Mascaras set

**Zadavatel projektu:** L'Oréal AT

**Příhlašovatel:** Authentica s.r.o.

**Autor:** authentica design

**Materiál:** lepenka/karton

**Použití exponátu:**

do rakouských sítí drogerií BIPA a DM

**Charakteristika exponátu:**

jsou to „motýlkové“ barketky na L'Oréal řasenku False Lash Schmetterling Mascara, z toho barketka s největším motýlkem je určena pro produkt False Lash Schmetterling Mascara + přesleevovaný Super Liner Silkissime: - určeno pro firmu L'Oréal Österreich prioritně pro uvedení na trh novinek produktu False Lash Schmetterling Mascara (řasenka), ve 2 barketkách prostor pro letáčky.

**26**



## D Drogerie, kosmetika



### Kosmetický koutek TETA

**Zadavatel projektu:** p.k.Solvent s.r.o.

**Příhlašovatel a autor:** MORIS design s.r.o.

**Materiál:** MDF, Thermopal, LED, nerez, plexi

**Použití exponátu:** Drogerie TETA nově důrazněji cílí na vyšší úroveň prodeje kosmetiky. Kosmetický koutek umožňuje ženě si nerušeně vyzkoušet veškeré kosmetické přípravky. Důležitý je jednotný design stojanů celé kosmetické sekce.

**Charakteristika exponátu:** Kosmetický koutek poskytuje ženě soukromí pro vyzkoušení líčení. Umožňuje simulovat denní a noční osvětlení. Je doplněn stojánkem na kosmetické potřeby, praktickým odkladačem na kabelky, opěrkou pro nohy a i takovým detailem jako je odpadkový koš na použité tampony. Koutek je vždy umístěn uprostřed sekce kosmetiky, která je akcentována luxusní černou barvou v jinak světlém interiéru celé prodejny.

**27**



## **D** Drogerie, kosmetika



## **Promostolek DOVE**

**Zadavatel projektu:** UNILEVER ČR, spol. s.r.o.

**Přihlašovatel:** Dago, s.r.o.

**Autor:** Dago Team

**Materiál:** lamino, chrom, plast

**Použití exponátu:** Maloobchodní prodejny po celé České a Slovenské republice.

**Charakteristika exponátu:** Promostolek DOVE byl od počátku koncipován velmi netradičně. Korpus promostolku v provedení vysokolesklého bílého lamina, zlaté holubice a opálového plexi pultu podtrhuje lehkost a vzdušnost celé konstrukce a navazuje tak na atributy značky DOVE. Pro účely transportu byl promostolek navržen a vyroben jako rozkládací, s důrazem na časovou nenáročnost a jednoduchost sestavení v terénu. Každá část je opatřena vlastním ochranným obalem a celý promostolek se následně vloží do transportní tašky na kolečkách, kterou je možno naložit do zavazadlové části osobního vozu. S důrazem na celkovou mobilitu bylo dosaženo maximální jednoduchosti při zachování všech designových atributů a technických nároků. Promostolek je stabilní, ale zároveň velmi lehký. Nebyl opomenut ani úložný prostor přístupný ze zadní strany stolku.

**28**



**E**

**Služby**



**29**

## **Dětský koutek v prodejně TETA**

**Zadavatel projektu:** p.k.Solvent s.r.o.

**Přihlašovatel a autor:** MORIS design s.r.o.

**Materiál:** MDF, PET, vinyl, koberec

**Použití exponátu:** Dětský koutek umístěný v interiéru prodejny TETA drogerie ulehčí a zpříjemní nakupování rodičům, kteří v něm mohou zanechat své děti a v klidu nakoupit. Obchodním cílem je prodloužení nákupního času na prodejně příjemnou formou pro všechny zúčastněné.

**Charakteristika exponátu:** Stěna ve tvaru lístku loga TETA je umístěna u stěny prodejny. Tabule na ní slouží ke kreslení a stolek s židlemi je navržen tak, aby přirozenou formou podněcoval v dětech potřebu tvořit. Tabule je vyměnná za LCD monitor, kde mohou být promítány pohádky.





**30**

## RS Auto Display

**Zadavatel projektu /Customer:**

RS Auto

**Příhlašovatel/Applicant:**

ATS Display Sp. z o.o.

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

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

Exponát je vyroben z kovových a plastových prvků.

Exhibited product line is made  
of metal and plastic elements.

**Použití exponátu/ Place of use:**

Okresní stanice STK

District Vehicle Inspection Stations

**Charakteristika/Exhibit description:**

RS Auto Display byl vytvořen pro novou polskou značku autoservisů - RS auto. Display je součástí diagnostického zařízení. Zahrnuje místo pro instalaci obrazovky v horní části a prostor pro elektronické ovladače uvnitř displeje.

RS Auto Display was created for a new polish car service brand – RS auto. Unit is a part of the diagnostic equipment. There 's a place to install a screen on the top and a space for the drivers and control electronics inside the display.





**31**

## **Interaktivní stojan na zážitkový tablet s dobíjecí stanicí T-Mobile**

**Zadavatel projektu:** T-Mobile

**Příhlašovatel a autor:** MORIS design s.r.o.

**Materiál:** MDF, sklo, zabezpečení s alarmem, kódový zámek

**Použití exponátu:** Stojan na tablet, který slouží jako zábava pro děti, je umístěn v prodejnách T-Mobile. Stojan disponuje dvěma uzamykatelnými schránkami určenými k dobíjení mobilních telefonů návštěvníků.

**Charakteristika exponátu:** Stojan splňuje dvě funkce – dobíjecí stanice na mobilní telefony a držák interaktivního tabletu. Vzhledem k umístění stojanu ve veřejně přístupných prostorách bylo řešeno i zabezpečení umístěných věcí. Tablet je napojen na ústřednu s alarmem a ponechané zařízení k nabíjení je zajištěno kódovým zámekem.



**F**

## Vybavení interiérů prodejních míst



**32**



## Gambrinus Excelent URBAN PUB

**Zadavatel projektu:** Plzeňský Prazdroj, a.s.

**Přihlašovatel:** STORY DESIGN, a.s.

**Autor:** Ondřej Raška/Tomáš Brýdl

**Materiál:** dřevo, kov, čalounění, LED diody

**Použití exponátu:** zvýšení vizibility značky Excelent

**Charakteristika exponátu:** Projekt Excelent URBAN PUB vytváří originální prostor, ve kterém dochází k setkání návštěvníků se světem piva Excelent. Koncept v sobě spojuje restauraci, pivnici, music club i galerii s prezentací nových místních umělců. Restaurace je vybavena nově navrženými prvky, které ztvárňují hodnoty značky. V interiéru i exteriéru je využito moderních technologií v kombinaci s tradičním zpracováním materiálů. Dominantní bar s integrovaným výčepem je jedním z mnoha výrazných prvků, které podtrhují hodnoty značky a slouží k posílení značky v místě prodeje.



**F**

## Vybavení interiérů prodejních míst



## Samsung vybavení značkové prodejny Chodov

**33**

**Zadavatel projektu:** Cheil Germany GmbH, organizační složka

**Příhlašovatel:** Dago, s.r.o.

**Autor:** Dago Team, Cheil

**Materiál:** lamino, plast, kov

**Použití exponátu:** Prodejna v nákupním centru OC Chodov

**Charakteristika exponátu:** POP média v segmentu spotřební elektroniky bývají běžně velmi propracovaná po všech stránkách. Značková prodejna Samsung v OC Chodov je prvním shopem v ČR představujícím nový in-store design koncept Samsungu. Produkce v extrémně krátkém čase 4 týdnů, která obsahovala zpracování projektové dokumentace, statiky, deinstalaci původního zařízení, elektroinstalaci, internet, novou podlahu, světla, vybavení skříněmi a nábytkem, světelnou reklamu, aj., je pouhým začátkem. Součástí shopu je také řešení elektrostatické elektřiny, wifi konektivity a zabezpečení jednotlivých produktů. Materiálové řešení je založeno na MDF s velmi vysokým leskem, speciálních deskách s povrchem betonu, plsti a řadě nerezových komponent. Pojetí interiéru zhmotňuje postavení společnosti Samsung na trhu založené na jedinečném zpracování a vysoké kvalitě vystavených produktů.



**F**

## Vybavení interiérů prodejních míst



## TETA koncept nových prodejen

**34**

**Zadavatel projektu:** p.k.Solvent s.r.o.

**Příhlašovatel a autor:** MORIS design s.r.o.

**Materiál:** Dibond, plexi, MDF, hliník, ocel, LED, PET, vinyl, nerez

**Použití exponátu:** Drogerie TETA realizuje celkovou změnu konceptu prodejen, která souvisí se změnou loga a následným rebrandingem značky. Prodejny jsou v současné době přestavovány jednotně dle design manuálu firmy MORIS design, která akci i realizuje. V interiéru nenajdete žádné cizí stojany, vše je umístěno „vnitř“ stojanů TETA. Firma cílí na vyšší standard a MORIS design přichází s koncepčně originálním pojetím a novinkami jako je káva v prodejně zdarma, dětské koutky či možnost si vše v prodejně vyzkoušet v intimním prostředí.

**Charakteristika exponátu:** Celá koncepce byla vyvíjena 8 měsíců a MORIS design postavil ve své hale reálnou prodejnu, kde probíhal vývoj a testování. Na testování se podílely i prodavačky. Veškeré materiály a použité komponenty jsou s pětiletou zárukou. Požadavek klienta na zkrácenou montáž byl vyřešen tak, že celý exteriér a interiér (po dokončení stavby) je instalován pouze 24 hod. Vše je modulární a byly minimalizovány atypy. Rebranding stovek prodejen je tak rozsáhlý, že kapacita je nastavena na realizaci 2 prodejen denně. Design manuál řeší všechny typy prodejen do naprostého detailu. Prodejny se změnou vzhledu dostaly na špičku v drogistickém segmentu a za podpory marketingu dochází po změně image k zásadnímu navýšení prodejnosti.



**F**

## Vybavení interiérů prodejních míst



## Pivní svět

**35**

**Zadavatel projektu:** Plzeňský Prazdroj a.s.

**Přihlašovatel a autor:** Willson & Brown Czech s.r.o.

**Materiál:** dřevo a měď – silně evokují spojení s pivem a použitím v různých částech pivní sekce navazují příjemné prostředí pivovaru.

**Popis exponátu:** V České republice, kde je pivo tradičním nápojem, pivní sekce často působí zmateně a neposkytují nakupujícím žádnou inspiraci. Obvykle v sekci chybí základní navigace, je zde velký počet položek a způsob vystavení se často přizpůsobuje pouze možnostem obchodu. Plzeňský Prazdroj ve spolupráci s Intersparem chtěl vytvořit pivní sekci, do které se lidé budou rádi vracet. Sekci, ve které se nakupující jednoduše vyzná, rychle najde své oblíbené pivo a dozví se i o ostatních typech piv pro různé příležitosti. Koncept vizuálně vychází z prostředí pivovaru.

**Charakteristika exponátu:** Plzeňský Prazdroj předdefinoval rozdělení pivní sekce a uzpůsobil jednotlivé části tak, aby lépe korespondovaly s rozhodovacím procesem nakupujícího, a pomohly tak nakupujícímu lépe se rozhodnout. Do sekce byl zakomponován informační koutek, kde se nakupující dozví o jednotlivých surovinách pro výrobu piva a varném procesu jako takovém. Je to zároveň i místo, kde se kloubí pivo s jídlem, a poskytuje tak nakupujícím inspiraci pro jejich nákupy.

Promoční zóny byly do sekce zakomponovány tak, aby kromě prodeje v promoci podpořily i dodatečné nákupy a pracovaly tak pro celou kategorii.

K navigaci v pivní sekci byly použity jednoduché ikony reprezentující jednotlivé segmenty, které nakupujícím pomáhají rychleji se zorientovat a najít to, co hledají. U piv může nakupující nalézt i jeho základní charakteristiky – plnost, tělo, hořkost – a může si tak jednotlivá piva mezi sebou lépe porovnat.



**G**

## Světelná komunikace, orientační a informační systémy

**36**

### dekorace do výlohy PALMERS

**Zadavatel projektu:**

PALMERS TEXTIL AG

**Příhlašovatel:**

Eclipse print a.s.

**Materiál:**

plexisklo se zrcadlovou vrstvou 2 mm, kapa  
foam 10mm, led diody, trafo, kabeláž

**Použití exponátu:**

světelná vánoční dekorace určená do výloh  
obchodního řetězce Palmers

**Charakteristika exponátu:**

jedná se o speciální plexisklo s nanesenou  
vrstvou zrcadlové folie, tvarový ořez  
na laseru, vyřezání otvorů pro LED diodové  
světla, předsazení tvarových ozdob z plexi,  
opěrná kartónová noha pro zajištění stability  
z pěnového materiálu kapa 10mm, aplikace  
led osvětlení.





**G**

## Světelná komunikace, orientační a informační systémy



## Grimbergen Line

**37**

**Zadavatel projektu /Customer:** Carlsberg Polska Sp. z o.o.

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

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

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

Řada POP materiálů je vyrobena ze dřeva v kombinaci s kovovými a plastovými prvky.  
Exhibited product line is made of wood with metal and plastic elements.

**Použití exponátu/ Place of use:**

Soubor POP materiálů byl použit ve vybraných klubech pro podporu značky piva Grimbergen.  
Set has been used in the selected clubs to promote Grimbergen beer brand.

**Charakteristika/Exhibit description:**

Kompletní řada POP pro značku Grimbergen, která zahrnuje: vnitřní a vnější světelné boxy, stojánek pro menu, táce na tři pivní sklenice a stolní LCD displej. Jednotlivé prvky byl navrženy a vyrobeny s důrazem na každý detail.

Full product line for Grimbergen brand which includes: interior and external illuminated boxes, menu holder, tray for three beer glasses and table LCD display. Each unit was designed and manufactured with attention to the every detail.





**G**

## Světelná komunikace, orientační a informační systémy



## Starobrno SET

**Zadavatel projektu:** Starobrno a.s.

**Příhlašovatel:** Ross s.r.o.

**Autor:** Marek Vráblík

**Materiál:** Plech, akrylát, železo, LED, hps

**Použití exponátu:** Produktové sady sú špeciálne navrhnuté produkty určené najmä do predajní alebo obchodných reťazcov. Vytvárajú jednotný komunikačný nástroj a jednoznačne identifikujú klienta – značku. Typickým príkladom ucelenej produktovej sady je kompletne vybavenie značkovej prevádzky od jej vchodu až po interier.

**Charakteristika exponátu:** Detailne vypracovaný set Starobrno, ktorý sa skladá z ponukovej tabule, výstrče a fascie v prevedení „standard“ a „premium“, vytvára nezameniteľný komunikačný nástroj. Moderné prevedenie je neprehliadnuteľné a dizajn navrhnutý v regionálnej a značkovej štylizácii. Výstrč má vystupujúce písmená z tenkého materiálu, v prevedení „premium“ je obohatená o bielu čiapku. Atika je jednoduchý box, rovnako ako výstrč, v jasnom odtieni zelenej a motívom na zadnej strane, podložené zrkadlovým efektom. Ponuková tabuľa obsahuje rovnaký prvok a uzatvára produktový set ako detailne vypracovaný celok.

**38**



**G**

## Světelná komunikace, orientační a informační systémy



## LED světelná výstrč Villeroy&Boch

**Zadavatel projektu:** Villeroy&Boch, Německo

**Příhlašovatel:** DEKOR, spol. s r. o.

**Materiály:**

Hliníkový rám, zadní Di-Bond panel,  
LED panel, translucentní Scotch fólie.

**Použití exponátu / projektu:**

Prezentace firmy Villeroy&Boch v USA

**Charakteristika exponátu:** Ultra tenké provedení celoplošně podsvíceného loga, jenž bylo určené pro prezentaci firmy Villeroy&Boch na výstavě v New Orleans a na specializovaných pobočkách této celosvětové firmy po USA. Unikátní konstrukce splňuje kritéria klienta jako např. rovnoměrné podsvícení, váhový limit, minimální hloubku či zachování firemních barev. K výrobě je použito nové moderní technologie vedení světla plochou akrylátových gravírovaných desek s bočním nasvícením prostřednictvím LED. Vyrobeno bylo několik set kusů.





**H**

## Digitální komunikace – realizace v místech kontaktu se zákazníky

**40**



## Škoda Letiště Václava Havla

**Zadavatel projektu:** Škoda Auto Česká republika

**Příhlašovatel a autor:** MTBC s.r.o.

**Materiál:** LCD obrazovka, počítač, infračervené dotykové senzory, akrylový kryt s brandingem klienta.

**Použití exponátu:** Podpora stálé expozice Škoda na Letišti Václava Havla.

Projekt: Škoda - Letiště Václava Havla

Výchozí situace, cíl: "V roce 2011 společnost Škoda Auto hledala inovativní řešení, jímž by podpořila a zviditelnila stálou expozici své značky automobilů umístěnou na pražském letišti. Jedním z požadavků bylo seznámit uživatele s novým logem společnosti Škoda a zároveň jim poskytnout informace o značce Škoda a její modelové řadě, aniž by došlo k duplikaci webových stránek.

Řešení: Téhož roku proběhla instalace informačních kiosků na ruzynském letišti. Pro tuto příležitost byly zvoleny tři 46" obrazovky bílé barvy s novým logem společnosti a na míru vytvořeným interaktivním softwarem. Podstavec pro kiosky byl speciálně upraven tak, aby tvořil součást pódia, kde jsou auta prezentována. D-Touch zařízení byla modifikována v souladu s přísnými bezpečnostními požadavky a pravidly letiště. Na výchozí stránce je stále přítomna aktuální modelová řada automobilů. Subaplikace této modelové řady uživatelům umožňují nahlédnout a vyzkoušet si barevnou paletu, získat detailní informace o vybraném modelu, o motorech i další technické specifikace.

Výsledky: Výsledkem instalace tří informačních kiosků bylo vytvoření úspěšného projektu, zviditelnění stálé expozice a prodloužení spolupráce se společností Škoda. Generované statistiky společnosti Škoda celoročně vykazují vysoký zájem uživatelů. Software navíc posloužil jako podklad pro další projekty se společností Škoda, a to i v zahraničí (Autostadt Volfburg).



**H**

## Digitální komunikace – realizace v místech kontaktu se zákazníky



## Interaktivní informační stojan polohovatelný pro invalidy

**Zadavatel projektu:** UJEP, Ki-Wi Digital

**Přihlašovatel a autor:** MORIS design s.r.o.

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

**Materiál:** MDF, thermopal, ocel

**Použití exponátu:** Interaktivní informační stojany jsou využívány v univerzitní knihovně. Polohovatelnost stojanu umožňuje jednoduchý přístup a obslužnost stojanu pro invalidy změnou výšky a nastavení.

**Charakteristika exponátu:** Stojan tvoří „tělo“ interaktivní obrazovky. Polohovatelný stojan je opticky stejný jako stojany nepolohovatelné. Všechny tak působí jednotným dojmem, aniž by stojan pro invalidy upozorňoval na jejich handicap. Obsluha je velice jednoduchá, intuitivní.

**41**



**H**

## Digitální komunikace – realizace v místech kontaktu se zákazníky

**42**

### Informačno- predajný stojan

**Zadavateľ projektu:**

Sportisimo ČR

**Prihlášovateľ:**

Hanton-svetelné reklamy, s.r.o.

**Autor:**

Hanton-svetelné reklamy, s.r.o.

**Materiál:** Corian®

**Použití exponátu:** Informačno predajný katalógový stojan určený do predajných miest ako náhrada tlačенých foriem propagácie.

**Charakteristika exponátu:** Projekt je koncipovaný ako sieťový informačný systém pre podporu predaja v sieti predajní SPORTISIMO v Českej a Slovenskej republike. Software je vyvinutý pre možnosť výberu a porovnania jednotlivých druhov tovaru na základe ceny a kvality od rôznych výrobcov. Jeho výhodou je prepojenie na skladovú evidenciu a tým možnosť získania online prehľadu o tovare a mieste kde sa nachádza. Táto funkcia je výhodná hlavne pre malé predajne, kde nie je možnosť naskladnenia celého sortimentu. Zakliknutím vybraného druhu tovaru sa objaví informácia o najbližšej predajni kde sa tovar nachádza, alebo možnosť doručenia priamo na kupujúceho alebo ním vybranú predajnú jednotku. Do budúca je projekt nastavený tak, že sa bude dať komunikovať prostredníctvom web kamery a reproduktorov priamo s operátorom.





**H**

## Digitální komunikace – realizace v místech kontaktu se zákazníky



## Samsung - Galaxy S studio

**43**

**Zadavatel projektu:** Cheil Germany GmbH, organizační složka

**Příhlašovatel:** Dago, s.r.o.

**Autor:** Dago Team, Cheil

**Materiál:** lamino, kov, plast

**Použití exponátu:**

Celoroční roadshow po obchodních centrech po celé České a Slovenské republice.

**Charakteristika exponátu:** Více jak 30 instalací a deinstalací pro celé ČR a SR, vystavení po dobu 3 měsíců, gigantické řešení shop in shopu v uličkách nákupních center. To vše představují stánky Galaxy S studií o velikosti až 10 x 4 m, které zákazníkům představily hlavní funkce nově uváděných tableťů od Samsungu. Zájem o prezentované produkty přesáhl očekávání všech, kteří se na projektu podíleli. Potencionální nakupující byl polapen velikostí, dokonalým designem a prezentací promotérů, kteří na konkrétních případech prezentovali nové funkce tableťů – jako jsou focení, úprava fotografií, wifi a dálkový tisk. Použité materiály: aluminium, kovová konstrukce, dřevěná podlaha, lamino skříně, LCD, apod.



I

## Služby podpory prodeje – prezentační stěny



## Soda Stream promo stěna

**Zadavatel projektu:** FAST ČR

**Příhlašovatel a autor:** MORIS design s.r.o.

**Materiál:** Lamino, MDF, LED, vinyl

**Použití exponátu:** Prezentační stěna v showroomu společnosti Alza.

**Charakteristika exponátu:** Prezentační stěna viditelná z dálky, na které je poutavou formou znázorněno použití výrobku Soda Stream.

44



I

## Služby podpory prodeje – prezentační stěny



## Prodejní vystavení Philips v Alza

45

**Zadavatel projektu:** Philips

**Příhlašovatel:** WELLEN a.s. / **Autor:** team WELLEN

**Materiál:** různé / **Použití exponátu:** Prezentace produktů Philips

**Charakteristika exponátu:** Na prodejní ploše největšího internetového obchodu Alza v Holešovicích prezentuje svou nabídku mnoho firem. Zákazníci ještě před nákupem chtějí výrobek vidět a vyzkoušet si případně jeho funkce. Stávající vystavení výrobků Philips bylo uzavřené ve vitrínách, neumožňovalo přímou interakci. Řešení Nabídlí jsme jednoduchý koncept na principu emočního vnímání barev, tvarů a plastických struktur. Řešili jsme zároveň vystavení pro distributora televizí Philips a vlastní prodej značky v oblasti malých domácích spotřebičů. Přístroje jsou umístěny na barevných panelech potažených dotykovými materiály jako jsou látky a koberce, jejich určení emočně komunikuje plastický symbol. Výrobky jsou předloženy, lze si je tedy dobře prohlédnout ze všech stran a díky zabezpečovacím kabelům také vzít do ruky. Televize v uzavřené části jsou zavěšeny na strukturovaném poradí, aby lépe vynikla funkce AmbiLight. Výsledek Na stejný prostor se bez vitrín přehledně vešlo mnohem více produktů, navíc byly odstraněny všechny bariéry a zákazníci se výrobků mohou snadno dotýkat. Barevné panely namísto uzavřeného nábytku přinášejí do jinak sterilního prostředí prodejny emoční náboj a přitahují větší pozornost zákazníků.





## I Služby podpory prodeje – prezentační stěny



## Sencor promo stěna

**Zadavatel projektu:** FAST ČR

**Přihlašovatel a autor:** MORIS design s.r.o.

**Materiál:** Lamino, MDF, LED, vinyl

**Použití exponátu:** Prezentační stěna v showroomu společnosti Alza.

**Charakteristika exponátu:** Prezentační stěna viditelná z dálky, na které je znázorněna barevnost a atraktivnost výrobků řady Sencor a jejich využití v celé domácnosti.

**46**



I

## Služby podpory prodeje – prezentační stěny



## Stojan Gardena

**Zadavatel projektu:** HUSQVARNA Česko s.r.o.

**Příhlašovatel:** Dago, s.r.o.

**Autor:** Dago Team

**Materiál:** kov, plast, koberec

**Použití exponátu:** Hobby markety v České republice.

**Charakteristika exponátu:** Není jednoduché prezentovat set produktů, který se v České republice běžně neprodává bez odborné asistence a projektové dokumentace. O to se snaží rozebiratelný permanentní stojan Gardena, který vtipně přiměje zákazníka k pochopení komponent, ze kterých si i bez obsluhy dokáže sestavit systém zahradního zavlažování. Pomocí popisků a návodu je zákazník schopen v krátké chvíli pochopit jednoduchost sofistikovaného zavlažovacího systému pro právě vaši zahradu a váš trávník.

**47**



**J**

## Služby podpory prodeje – promo stánky



## Canon playable na fotoaparáty

**Zadavatel projektu:** Canon CEE GmbH

**Příhlašovatel:** Dago, s.r.o.

**Autor:** Dago team

**Materiál:** lamino, plast

**Použití exponátu:** Elektroprodejny v Rakousku

**Charakteristika exponátu:** Ti, kteří si hodljaji koupit to nejlepší z produkce značky Canon, by měli navštívit zahraniční prodejny tohoto brandu, kde jsou na unikátních fotostolech prezentovány novinky z oblasti fotoaparátů. Tvarové řešení koresponduje z korporátním designem této značky. Stojan je kompletně prosvícen a obsahuje množství elektro prvků jako je zabezpečení, LCD, přehrávače spotů ve vysokém rozlišení, regulátory světla, alternativní řešení nerezového soklu. Stojan je kompletně řešen strategií Complex in-store solution a zákazníkovi prezentuje produkty a jeho jednotlivé výhody.

**48**



**J**

## Služby podpory prodeje – promo stánky



## Herbadent výstavní stánek

**49**

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

**Přihlašovatel a autor:** MORIS design s.r.o.

**Materiál:** Lamino, MDF, vinyl, sklo

**Použití exponátu:** Výstavní expozice na veletrhu Pragodent 2013.

**Charakteristika exponátu:** Výstavní expozice prezentuje značku Herbadent a změnu jejího loga. Cílem bylo poukázat na změnu ve vývoji značky a uvést novou řadu produktů ústní hygieny. Design byl tvořen jako inspirace tvarem loga. Důležité je, že komponenty byly navrženy tak, aby šly použít opakovaně. Pokud nejsou na výstavě, slouží jako stálé vybavení showroomu. Přináší tedy praktické využití a finanční úspory.



**J**

## Služby podpory prodeje – promo stánky



**50**

## VICHY - Shop in mall

**Zadavatel projektu:** L'OREAL Česká republika s.r.o.

**Příhlašovatel:** DEKOR, spol. s r. o.

**Materiály:** MDF - lakovaná ve vysokém lesku, kov, měď, plast, LED osvětlení, elektrické rolovací stěny, ohýbané sklo, sklolaminát, UV tisk, datové rozvody

**Použití exponátu / projektu:**

Luxusní stánek pro prezentaci kosmetiky v obchodních centrech v ČR

**Charakteristika exponátu:** Luxusní prezentační stánek pro dočasné umístění v obchodních centrech. Při zadávání byl kladen důraz na jednoduchost instalace, vysokou kvalitu provedení a odolnost při převozech. Stánek je řešen jako stavebnicový systém kvůli rychlé montáži a demontáži v obchodních centrech, které mohou probíhat pouze v nočních hodinách. Z hlediska výroby stánek představuje kombinaci celé řady výrobních technologií a materiálů.



**J**

## Služby podpory prodeje – promo stánky



## Somat Gold

**Zadavatel projektu:** Henkel ČR

**Příhlašovatel:** ppm factum a.s.

**Autor:** tým ppm

**Materiál:** pvc, kov, dřevotříska

**Použití exponátu:** Pozice byla využita v rámci „Somat Gold road show - Zlatá škola vaření“. Cílem bylo navázat na ATL kampaň a ideově propojit produkt s vařením a to v klíčových obchodních centrech ČR a SK.

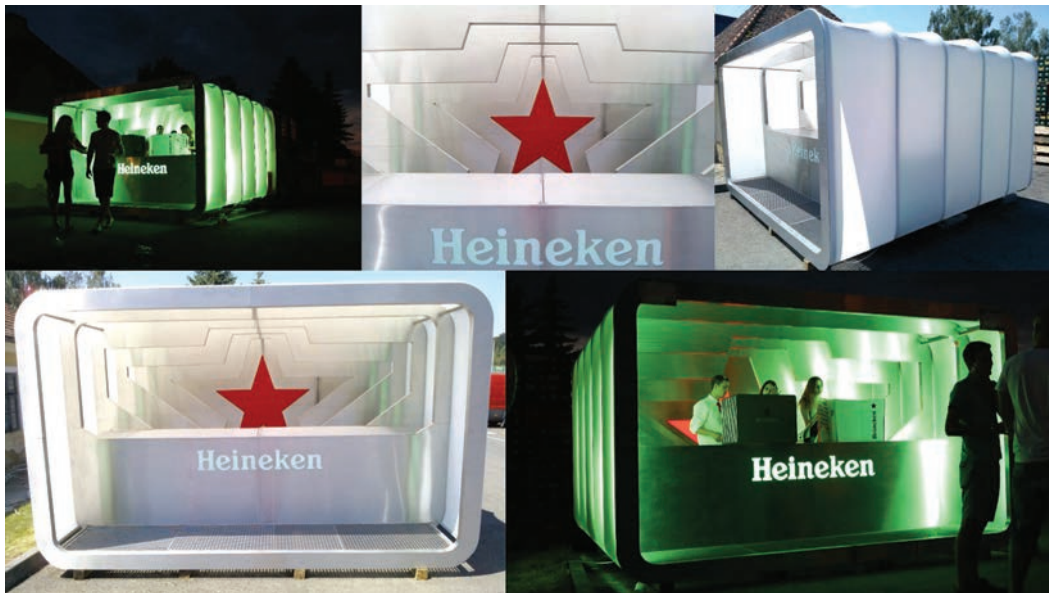
**Charakteristika exponátu:** Maketa tablety Somat Gold v nadživotní velikosti. Plně soběstačná pozice pro vaření a mytí nádobí (myčka, digestoř, voda, odpady). Pozice doplněna o AV techniku, která umožňuje na plazmové obrazovce pozorovat kulinářské umění kuchařů (Martin Polačko, Andrej Bičan) i z větší dálky. Součástí pozice je i dětská sekce, ve které se s profesionálním kuchařem učí zábavnou formou vařit jednoduché pokrmy děti návštěvníků road show. Více informací na [www.ppmfactum.cz](http://www.ppmfactum.cz), nebo na [www.zlataskolavareni.cz](http://www.zlataskolavareni.cz)

**51**



**J**

## Služby podpory prodeje – promo stánky



## Heineken bar

**Zadavateľ projektu:** Heineken Česká republika a.s.

**Prihlašovateľ:** Ross s.r.o.

**Autor:** Studio deForm

**Materiál:** oceľ, nerez, akrylát, dibond, Barisol, LED

**Použitie exponátu:** Mobilný bar vyrobený z najmodernejších materiálov je využiteľný najmä na rôzne akcie a eventy (festivaly, koncerty a iné). Svojím kreatívnym prevedením zvyrazňuje nápaditosť a originalitu značky.

**Charakteristika exponátu:** Rebrová konštrukcia z ocele je upravená pre jednoduchý prevoz. Zadná strana je opláštená mliečnym difúznym Perspexom, ktorá vytvára svetelný softbox. Rafinovane umiestnené svetelné LED zdroje s možnosťou zmeny farebného podsvietenia, vyrezaný obrys Heineken loga s hviezdou a podsvietené barové pulty vytvára podmanivý dojem značky a uchváti každého v okolí. Celý bar je skonštruovaný mohutne a je počítané s častým rozerbaním a prevážaním.

**52**



**J**

## Služby podpory prodeje – promo stánky



**53**

## ABB výstavní plocha

**Zadavatel projektu:** ABB s.r.o. MV Instrument transformers & sensors

**Příhlašovatel a autor:** Authentica, s.r.o.

**Design:** authentica design

**Materiál:** kov, plast, LED, dřevo

**Použití exponátů:** ABB výrobní prostor představení produktové řady

**Charakteristika exponátů:** Na začátku bylo výběrové řízení na designový návrh výstavního prostoru v rekonstruované výrobní hale ABB pro transformátory a sensory. Cílem měla být designová výstava portfolia produktů ABB - oddělení transformátoru a sensorů. Díky spojení návrhu designu a reálného předvedení klientovi naší představy jsme v několikakolovém výběrovém řízení vyhráli. Možnost realizace VIP představení produktů byla pro nás výzvou a současně složitým zadáním jak umístit tolik produktů do tak malého místa a mít k nim přístup. Dle korporátního logo manuálu a designu ABB jsem použili barevnou kombinaci černé a bílé. Spojením kovových podstavců lakovaných v matné černé barvě a prosvícení opálu LED diodami v bočních hranách + prosvícených písmen ABB jsme docílili prozáření celého prostoru a dali tak vzniknout prostorovému rozmištění dle typu produktů. Celé vystavení je prosvíceno LED diodami - díky hornímu příčnému přemostění nad celým vystavením jsme získali odkrytí části výrobních prostor, na které celé vystavení plynule navazuje. ABB vystavení je dlouhodobé, proto se vycházelo z kvalitních materiálů s možností přesunu a změny rozmištění produktů vč. výstavních boxů. Mapa celého světa v pozadí produktů charakterizuje možnosti a také distribuci a sílu zázemí společnosti ABB po celém světě. V pravé části je umístěná TV s prezentacemi dle potřeby ovládaná přes dálkový přístup z počítače. Celé osvětlení je řešeno sekvenčním řešením prosvícení tzn. při prezentaci si přes dálkový ovladač rozsvítíte daný modul jak z boční strany boxu tak z horní rampy. Celé vystavení bylo realizováno na přelomu roku 2012-2013. V této době připravujeme s ABB další realizace showroomu a výstav.





**K**

## Služby podpory prodeje – promo stojany

**54**

### Led Lenser promo stojan

**Zadavatel projektu:**

Zweibrüder (Německo)

**Přihlašovatel a autor:**

MORIS design s.r.o.

**Materiál:**

ocel, nerez, LED

**Použití exponátu:**

Prezentační stojan pro svítidlo Led Lenser umístěný v prodejních s možností vyzkoušení exponátu.

**Charakteristika exponátu:** Prezentační stojan pro atraktivní umístění na prodejních pultech pro prezentaci jedné svítidlo Led Lenser v prodejních. Stojan je univerzální pro všechny rozměry vyráběných svítidel – má polohovatelné držáky. Prodejce dle potřeby jednoduchou úpravou změni na stojanu vzdálenost držáků a může po snadné výměně grafiky realizovat promo bez nutnosti merchandizérů či servisních techniků. Produkt je chráněn před odcizením lankem s navijákem. Zboží je vyšší cenové hladiny a stojan je designován jako luxusní, což je akcentováno tvarem, decentním podsvícením a nerezem. Stojany se vyvážejí do 45 zemí a při jeho použití jsou registrovány nárůsty prodeje v desítkách procent.





**K**

## Služby podpory prodeje – promo stojany

**55**

### Promostojan na novou službu scelování skel

**Zadavatel projektu:** Česká pojišťovna

**Příhlašovatel:** Česká pojišťovna

**Autor:** Česká pojišťovna/Havas World Wide

**Materiál:** Kov/Sklo/Plast

**Použití exponátu:** POP prvek byl použit jako promo stojan na novou službu „scelování skel“, kterou Česká pojišťovna začala nabízet svým klientům. Služba je novinkou na trhu a má poskytnout klientům ČP alternativu k výměně čelního skla v klasickém autoservisu. Stojan doplňoval v rámci projektu promovideo běžící v síti poboček ČP na LCD TV a také POS materiály umístěné na pobočce k této službě. Celkově bylo vyrobeno v rámci kampaně 50 ks stojanů, z nichž většina byla umístěna na pobočkách ČP po celé ČR a část byla také rozmístěna na stanice STK (stanice technické kontroly vozidel) nebo vybrané partnerské autosalony Škoda, které mohou sjednávat povinné ručení od ČP. Kampaň na pobočkách ČP byla zacílena zejména na aktivní řidiče.

**Charakteristika exponátu:** Exponát - POP stojan - doplňuje jako in-store prvek kampaň na službu tzv. „scelování skel“. Tuto službu začala jako první na trhu nabízet Česká pojišťovna svým klientům, kteří mají uzavřené povinné ručení. Nosným motivem stojanu byl záměr představit názornou a zároveň vtipnou formou tuto novou službu. Cílem bylo sdělení, že je zde možnost využít nové služby, která je výhodnější alternativou než běžná výměna poškozeného skla v autoservisu. Sekundárním sdělením byla informace, že klienti s připojištěním čelního skla mají tuto službu zcela ZDARMA. Exponát stojanu slouží díky ručně dělaným prasklinám jako názorná ukázka, jaké druhy prasklin čelního skla lze zacelit i jak vypadá rozbité sklo po zacelení (všechny praskliny na skle byly ručně scelovány). Stojan také obsahuje doplňující informace k dané službě a důvody, proč je tato alternativa opravy skla výhodnější než návštěva autoservisu (technik ČP přijede za klientem přímo domů, scelení trvá 60 minut, nehrozí poškození interiéru vozu atd...).





**K**

## Služby podpory prodeje – promo stojany

**56**



## paletové vystavení Xmass Mondelez

**Zadavatel projektu:** Mondelez CZ

**Příhlašovatel:** Eclipse print a.s.

**Autor:** Eclipse/Packshot

**Materiál:** otevřená vlnitá lepenka, 3vrstvý, 5 vrstvý karton, plastové šrouby, spojky, led diody, baterie

**Použití exponátu:** Paletové vystavení je podpora prodeje na tradičním i moderním trhu v potravinových řetězcích a zároveň má informovat spotřebitele o možnosti získat dárek (vánoční světýlko) při nákupu určitého množství produktů z daného portfolia

**Charakteristika exponátu:** jedná se o paletový wrap vytištěný z jednoho kusu na materiál otevřená vlnitá lepenka. tím je obrandována europaleta s vyskládanými výrobky. v protilehlých rozích jsou zafixovány paletové rohy z 5 vrstvého kartonu které vynášejí topkartu doplněnou o mechaniku a světelnou část s blikajícími diodami. vše bez připojení do el. sítě, pouze za příspěví 3x AAA baterií. mechanika je vyměnitelná, každý zákazník/obchodní řetězec má jinou.. zdroj je možno pomocí šroubků pohodlně měnit a prodlužovat tak délku světelného efektu diod.



**K**

## Služby podpory prodeje – promo stojany



## Originální promostolek Somersby

**Zadavatel projektu:** Budějovický Budvar, národní podnik

**Příhlašovatel:** Dago, s.r.o.

**Autor:** Dago Team

**Materiál:** molitan, dřevo

**Použití exponátu:** Ochutnávky v hypermarketech celé České republiky.

**Charakteristika exponátu:** Alternativně zvolený materiál promostolku Somersby nám umožnil maximálně využít netradiční prezentace novinky Apple Cideru. Díky spojení s vizuálem v horní části stolku, který dotváří celkově přirozený vzhled, měl tento POP produkt při promoakci na trhu velký úspěch a zákaznicky snadno přilákal k ochutnávce. Při konstrukci jsme se zaměřili také na jednoduchost instalace a deinstalace pro hostesky na prodejnách. Nízké hmotnosti, mobility a odolnosti promostolku, na niž je při vývoji s klientem kladen enormní důraz, jsme docílili specifickou kombinací materiálů, kdy převážnou část tvoří speciálně upravený molitan potažený potištěnou textilií.

**57**



**K**

## Služby podpory prodeje – promo stojany



## Akční ostrov Budweiser Budvar

**58**

**Zadavatel projektu:** Budějovický Budvar, národní podnik

**Příhlašovatel:** Dago, s.r.o.

**Autor:** Dago team

**Materiál:** kov, plast

**Použití exponátu:** Prodejní stojan nahrazující paletové vystavení v hypermarketech.

**Charakteristika exponátu:** Design tohoto netradičního akčního paletového vystavení jsme se od počátku vývoje snažili pojmout originálně. Netradičnost spočívá především v netypickém, atraktivním vzhledu a tvaru, specifické velikosti a světelných a pohybových prvcích. Vystavení je doplněno akční vitrinou, ve které je prezentován dárek, který zákazník může získat v balení s pivem Budvar v promoakci. Dárek je ve vitrině nasvícený a díky vestavěnému servomotoru se otáčí na pedestalu. Vystavení bylo navrženo tak, aby poskytlo maximální možnost vyniknout vystaveným produktům. Způsob jejich umístění a poloha balení symbolicky vybízí zákazníky ke koupi. POP je prvek vyroben jako permanentní řešení, kombinací kovové konstrukce a plastového opláštění, které bude klient využívat na trhu několik let.



**K**

## Služby podpory prodeje – promo stojany

**59**

### promo MILKA HRNEK

**Zadavatel projektu:** Mondelez CZ

**Přihlašovatel:** Eclipse print a.s.

**Autor:** Eclipse/Packshot

**Materiál:** karton crescendo 400g,  
lesklá hot laminace, 3 vrstvá lepenka,  
5 vrstvá lepenka, motorek, baterie

**Použití exponátu:** 3D vystavení  
reálného dárkového hrnečku MILKA  
v 300% zvětšení bylo použito v rámci  
paletového vystavení v řetězcích  
moderního trhu jako upoutávka pro  
získání dárku - reálného keramického  
designového hrnečku MILKA. maketa byla  
umístěna vprostřed palety mezi zbožím  
a díky pohybu „míchátka“ výrazně zaujala  
spotřebitele

**Charakteristika exponátu:** Jedná  
se o zvětšenou kartónovou 3D animaci,  
plášť z materiálu crescendo s lesklou  
hot laminací, bílá dutinka z vinuté  
kartonáže, výztuhy, rozpěrka pro umístění  
do středu palety a fixaci mezi zbožím,  
motorek poháněn baterií uvádí do pohybu  
„míchátko“ vprostřed hrnečku.





L

## Služby podpory prodeje – promo pointy



## Playable Lego pro děti

**Zadavatel projektu:** LEGO Production s.r.o.

**Příhlašovatel:** Dago, s.r.o.

**Autor:** Dago Team

**Materiál:** lamino, plast

**Použití exponátu:** Síť hračkárství v České republice.

**Charakteristika exponátu:** Od prvního grafického návrhu jsme se snažili využít potenciálu značky Lego a všeho co představuje ve světě dětí. Zvolením dřevěného podkladu přímo s lakováním ve vysokém lesku a osvětlením vystavené stavebnice jsme docílili wow efektu, kdy je stolek výrazně vizibilní a láká děti, aby si přisedly a trávily u něj svůj čas hraním se stavebnicí Lego. Vhodně zvolený a nasvícený vystavený model z Lega ve vitrině podněcuje dětskou tvořivost a fantazii. Celá koncepce a zpracování playtablu odkazuje na prémiovost a postavení jedinečné značky na trhu.

Účelem celého konceptu je zpestřit nakupování skrze zkušenost s konkrétním produktem. Dítě si může u playtablu poskládat konkrétní vystavenou hračku. Díky playtablu, u kterého si dítě hraje a tráví u něj čas, inspiruje rodiče, aby koupili jednu z krabiček Lega pro své děti a mohli jít domů z prodejny. :)

Produkty jsou díky novému konceptu Dago, díky CIS, zcela impulzivně přeskládány na pozadí za playtablem, na novém typu shop in shopů. Skrze celý koncept jsme se snažili udržet pozornost těch nejmenších a rodičům ukázali široké spektrum produktů Lego.

60



L

## Služby podpory prodeje – promo pointy

61

### Cinema Cart

**Zadavatel projektu /Customer:**

Coca-Cola HBC Polska Sp. z o.o.

**Příhlašovatel/Applicant:**

ATS Display Sp. z o.o.

**Autor/Author:**

ATS Display Sp. z o.o.

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

Vozík je vyroben z laminátového dřeva, jeho součástí je kovová konstrukce.

The trolley is made of laminated wood on a metal structure.

**Použití exponátu/ Place of use:**

Mobilní POP prostředek je určen na podporu prodeje v síti kin Multikino.

Mobile unit is dedicated to support sale in Multikino network cinema.

**Charakteristika/Exhibit description:**

Mobilní POP nástroj poskytuje služby pro zákazníky uvnitř nebo vně kinosálu, zahrnuje POS terminál, lednici na nápoje a kovové police pro občerstvení a cukrovinky. Uvnitř vozíku je umístěna kazeta, která je připojena k POS terminálu, a police pro pohodlné uložení doplňkových produktů. Tento komunikační prostředek vysoké kvality nejen umísťuje, ale také prezentuje nápoje, krabice s popcornem a cukrovinky. Vozík je dostatečně prostorný pro uskladnění zásob produktů. Trvalé grafické i výměnitelné vizuály slouží k výrazné a jasné komunikaci.

Mobile point of sale adapted to customer service inside or outside the cinema hall, with a POS terminal a fridge for drinks and a metal shelf for snacks and sweets. Inside the trolley there's a cartridge connected to POS terminal and a shelf for convenient storage of additional products. High-quality unit not only carry, but also presents beverages, popcorn boxes and sweets. The trolley has a lot of space to keep a stock of products inside. Permanent graphic and changeable inserts for great and clear communication.







**L**

## Služby podpory prodeje – promo pointy

**62**

### Coffe point

**Zadavatel projektu:** NAY ELEKTRODOM

**Příhlašovatel:** Authentica s.r.o.

**Autor:** authentica design

**Materiál:** dřevo lamino, kov,  
sklo, LED osvětlení

**Použití exponátu:** elektro domy  
pro prezentaci kávovarů různých značek

**Charakteristika exponátu:**

Podlahový stojan je navržen na základě požadavku klienta, kde bylo přání mít prémiový stojan s možností vystavit různé druhy kávovarů pro předváděcí akce například: Jura, Tchibo (Cafissimo), Dolce Gusto atd. Právě díky požadavku na různé dodavatele/výrobce kávovarů a tedy rychlou a snadnou výměnu brandu pro opakované využití a pronájem stojanu, byl jako materiál stojanu zvolen lesklé lamino v kombinaci s kovem. Pomocí samolepicí folie je velmi snadné upravit obrandování stojanu aniž by se stojan jakkoliv poškodil a mít tak stojan na míru daného výrobce kávových strojů dle jeho představ. Hlavní stěna stojanu za kávovary je nasvícena pomocí LED pásek a velmi elegantně osvětluje grafiku značky a zvýrazňuje jejich prémiovost. Stojan má být plně funkční a velmi snadný na údržbu pro předvádění strojů a následnou ochutnávku kávy v prodejně NAY Elektrodom. Funkčnost : šuplíků a poliček na letáky či uschování podu s kávou, lžiček, cukru, mléka a šálků na kávu + odpadkový koš a v neposlední řadě odběr šálků na test kávy ze zásobníků elegantně uschovaného ve stojanu. Při návrhu tohoto stojanu se designér nechal inspirovat elegancí kávových strojů a nechal vyniknout jejich design pro pohled zákazníka. Tomu napomohlo i barevné rozdělení stojanu na černo bílou kombinaci připomínající latte macchiato. Stojan se vyráběl v nákladu 25ks na začátku roku 2013 a nyní se do vyrábí další série s ohledem na úspěšnou první sérii stojanu a doplnění na další prodejny.





L

## Služby podpory prodeje – promo pointy

63

### Řešení pro děti ve flagship store Vodafone



**Zadavatel projektu:** Vodafone CZ

**Příhlašovatel:** WELLEN a.s.

**Autor:** team WELLEN

**Materiál:** koženka

**Použití exponátů:**

Dětský koutek v prodejně Vodafone

**Zadání:** Architektonicky unikátní prostor jednotky v obchodním centru Nová Karolína v Ostravě nabízí logické členění a funkční prvky, celkově jako vlnková loď komunikuje inovativnost a technologický náskok značky. Zájmem klienta bylo nabídnout ve stejném stylu také zábavu pro děti, které s rodiči vstoupí do prodejny, aby se dospělí mohli soustředit na vyřešení svého požadavku nebo nákup. Řešení: V rámci rozdělení plochy jsme pro děti vyhradili jeden ze segmentů. Je umístěn tak, že rodiče mohou děti zpozzdálí kontrolovat a přitom nezasahovat do jejich světa. Dětský koutek využívá interaktivní a elektronické prvky. Sezení ve tvaru kostek z lehkého materiálu ve vesele barevných omyvatelných potazích dává dětem možnost s nimi snadno manipulovat nebo je využít k sezení. Navíc v sobě zahrnuje také tablet s tailor made aplikací, která umožňuje dětem kreslit, vybarvovat, oblékat pohádkové postavy. Vše lze uložit a odeslat mailem přímo z prodejny. Mail automaticky generuje vzkaz pro příjemce sdělení a hodnoty jako je inovativnost tak zákazníci šíří sami dále. Výsledek: Více než 80% dětí, které přijdou do rodiny s rodiči, využívá tento koutek. Dospělí prostřednictvím dětí zjišťují, že technologie není jen studená technika, ale že přináší emoce. Přirozeně tak padají bariéry. Byl zaznamenán zvýšený zájem o datová zařízení. Retail je ideálním místem, kde vytvořit platformu pro zážitek, který následně vede k nákupu.



## Služby podpory prodeje – promo pointy



## Sekundární vystavení aplikací Vodafone

**Zadavatel projektu:** Vodafone CZ

**Příhlašovatel:** WELLEN a.s.

**Autor:** team WELLEN

**Materiál:** různé

**Použití exponátu:** Sekundární vystavení mobilních aplikací

**Zadání:** Vodafone ve svých prodejnách nabízí kromě služeb a zařízení také poradenství a možnost seznámit s technologickými novinkami. Hledá, jak uživatelsky příjemnou vizuální formou představit technologické hračky a zároveň dát zákazníkovi dobrý důvod pořídit si pokročilejší přístroj, ať už telefon nebo tablet. Řešení: Inovace jsou komunikovány na sekundárním vystavení – promostolku. Tento 3D objekt je umístěn viditelně poblíž vstupu do prodejny. Nese na sobě vždy ve vizuální zkratce představenou funkci aplikace spolu s příslušnými přístroji nebo doplňky. Zákazník si zde případně může stáhnout ovládací a aplikaci si vyzkoušet nebo si prohlédnout technologii ze všech stran, přístroje jsou jističy zabezpečovacími kabely. Všechny promostolky jsou kusová výroba s vysokým podílem ruční práce. Právě tyto detaily návštěvníci často oceňují. Výsledek: Zatím jsme vytvořili 5 různých motivů promostolků, které aplikovány do klíčových prodejen ve velkých městech. Personál prodejen hodnotí pozitivně jejich vliv jako klíčového podnětu pro dotazy zákazníků na konkrétní funkce přístrojů a dalších zařízení. Nepřímo tak dochází ke zvýšení zájmu o technologicky vyspělá zařízení.

64



**M**

## Reklamní dárky v místě prodeje



## Samolepicí bločky a záložky

**Zadavatel projektu:** OBRETA spol. s r.o.

**Přihlašovatel:** SPEED PRESS Plus a.s.

**Autor:** SPEED PRESS Plus a.s.

**Materiál:** papír

**Použití exponátu:** Originální samolepicí bloček Pan Sáček je užíván pro podporu prodeje. Tento předmět dávají obchodníci společnosti jako drobný dárek svým klientům.

**Charakteristika exponátu:** Pan Sáček je maskotem společnosti OBRETA spol. s r.o., která vyrábí veškerý obalový materiál, jakož i sáčky. Cílem bylo nalézt způsob, jak koncovému klientovi předat takový předmět, který má jasný, přesný a snadno zapamatovatelný otisk společnosti. Požadavkem bylo také, aby klient tento předmět používal denně a měl jej stále na očích. Zvolený tvar vychází z maskota společnosti a je upraven pro kancelářské užití. Speed-it s úsměvem pro poznámky působí pozitivně, v ouškách jsou navíc samolepicí záložky.



**M**

## Reklamní dárky v místě prodeje

**66**



## Svačínový box

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

**Příhlašovatel:** SPEED PRESS Plus a.s.

**Autor:** SPEED PRESS Plus a.s.

**Materiál:** silikon a PP, certifikace pro styk s potravinami

**Použití exponátu:** Společnost Vodafone Czech Republic a.s. využila svačínový box jako dárek pro své zákazníky.

**Charakteristika exponátu:** Skládací silikonový svačínový box je kombinací vysoké míry užité hodnoty a originálního designu. Má dvě praktické části na oddělení potravin. Součástí víka je i příbor vidlička a lžice v jednom. Předmět samotný je skládací a nezabere mnoho místa, na rozdíl od klasických plastových svačínových boxů. Jídlo si navíc můžete ohřát v mikrovlnné troubě přímo v boxu. Po použití lze umýt v myčce.



**M**

## Reklamní dárky v místě prodeje

**67**



## Sítka a držák na čaj

**Zadavatel projektu:** UNILEVER

**Příhlašovatel:** SPEED PRESS Plus a.s.

**Autor:** SPEED PRESS Plus a.s.

**Materiál:** silikon, certifikace pro styk s potravinami

**Použití exponátu:** Společnost UNILEVER použila čajová sítka a držáky na čajové sáčky jako dárek zákazníkům při nákupu zboží.

**Charakteristika exponátu:** Jak čajová sítka ve tvaru labutě, kdy tento tvar skvěle umožňuje zachycení čajového sítky za okraj hrnku či skleničky, tak držáky na čajové sáčky ve tvaru šneků, jsou jasnou ukázkou propojení neotřelého designu a funkčnosti. Díky držákům již nikdy nemusíte sáčky lovit v čaji. Čajová sítky i držáky na čajové sáčky byly navíc vyrobeny v různých barvách. Rozměr sítky je 16 × 5 cm. Velikost držáku ve tvaru šneka je 3 cm.



**N**

**Ostatní (dovoz, prototypy, vzorky)**

**68**



## COOLIO - Island

**Zadavatel projektu:** je to prototyp

**Přihlašovatel:** PROMOANGEL, s.r.o.

**Autor:** Coolio International

**Materiál:** kombinace hliník - karton

**Charakteristika exponátu:** Flexibilní COOLIO Island je novým typem nástavby chladicího systému COOLIO pro prodej zboží a podporu značky na druhotném umístění. Coolio Island je vhodný k podpoře prodeje nápojů, mléčných nebo masných výrobků na samostatném vystavení, jako součást kreativnějších vystavení nebo komplexních „shop-in-shop“ řešení. Zachovává klasické výhody systému COOLIO - rychlá „PLUG&PLAY“ instalace, teplota mezi 3-7°C a výrazný branding na místě prodeje.





**N**

**Ostatní (dovoz, prototypy, vzorky)**

**69**

## **Auchan/Leclerc France Anniversary**

**Zadavatel projektu:**

Auchan/Leclerc

**Příhlašovatel:**

Hipercom s.r.o.

**Autor:**

Groupe Auchan

**Materiál:** Papírový stojan pro elektronické animace/loterie

**Použití exponátu:** Oslava 30. výročí otevření obchodů ve Francii - animace a sběr emailových adres.

**Charakteristika exponátu:** Papírový stojan s dotykovou obrazovkou a skenerem kupónů. Zákazník vloží kupón do stojanu, čímž spustí animaci/loterii na obrazovce. Jako jackpot byly použity slevové kupóny a různé produkty. Následně se na obrazovce objeví výzva k vložení emailu, díky čemuž může zákazník vyhrát hlavní cenu - auto.







**N**

## Ostatní (dovoz, prototypy, vzorky)



## Pardál unikátní stojan Pivomat

**70**

**Zadavatel projektu:** Budějovický Budvar, národní podnik

**Přihlašovatel:** Dago, s.r.o.

**Autor:** Dago Team

**Materiál:** kov, plastu

**Použití exponátu:** prototyp stojanu

**Charakteristika exponátu:** Budějovický Budvar by rád přiměl zákazníky na prodejních plochách vyzkoušet netradiční způsob nákupu. Pivo Pardál – český pivní ideál – je pivem, které si zaslouží každý, kdo o pivo chce bojovat. Právě svou silou můžete projevít stlačením páky, která pivo uvolní. Bojujte o pivo, nekupujte levné náhražky, kupujte to nejlepší! Takto by se v krátkosti dal popsat cíl stojanu, který svým netradičním zpracováním láká zákazníky, aby si vyzkoušeli pivo, které je tím nej!



## Integrované in-store kampaně



### Truck

**Zadavatel projektu:** Procter & Gamble

**Přihlašovatel:** WMC/GREY

**Autor:** Anna Božaca

**Použití exponátu:** všechny prodejny Makro

**Background:** Zákazníci segmentu SCO nakupují kategorie Beauty, Home a Fabric Care nejčastěji v řetězci Makro a vždy kupují větší množství do zásoby. Nákupy v Makru jsou však zdlouhavé, jednotlivé kategorie jsou vystaveny daleko od sebe, zákazník musí v regálech hledat svůj oblíbený produkt a občas přehlédne, že je některý z produktů za zvýhodněnou cenu. Cíl: Naším cílem bylo zvýšit prodej kategorií pro segment SCO právě v řetězci Makro. Kreativní exekuce: Zákazníkům jsme nabídli zvýhodněnou cenu, kterou jsme však podpořili funkčním sekundárním vystavením. Stojan ve tvaru kamionu umožnil vystavit veškeré kategorie na jednom místě, v dostatečném množství, aby zákazník nemusel pro další kusy na jiné místo v prodejně a zároveň jsme velmi výrazně komunikovali cenu. Kamion navíc odpovídá potřebě velkého nákupu pro podnikání. Výsledek: Zvýšení prodeje promováných kategorií, zvýšení počtu položek v rámci jednoho nákupního košíku, zvýšení preference produktů P&G v kategoriích Beauty, Home and Fabric Care i v následujících měsících po skončení promo akce. Umístění: Ve všech prodejnách Makro v ČR.

**71**



## Integrované in-store kampaně



## Pride

**Zadavatel projektu:** Procter & Gamble

**Přihlašovatel:** WMC/GREY

**Autor:** Anna Božaca

**Použití exponátů:** všechny prodejny Makro



Background a cíl: Výrobky P&G jsou všeobecně dobře známé, ale zatím nízké povědomí je o řadě P&G Professional. Naším úkolem bylo zvýšit znalost těchto produktů u zákazníků segmentu HoReCa a pozvednout vnímání P&G jako partnera pro podnikání. Další cílem bylo zvýšení prodeje řad Beauty, Home a Fabric care zákazníkům SCO. Vzhledem k cílovým skupinám a jejich preferenci místa nákupu jsme kampaň realizovali s řetězcem Makro. Kreativní a komunikační strategie: Zákazníci se setkávají s komunikací konkurence, která jim zpravidla dává velmi racionální argument pro nákup výrobku. Vsadili jsme tedy na to, že ačkoliv se podnikatelé musejí rozhodovat pragmaticky, mají i oni své sny a přání, které by si chtěli v podnikání splnit. Sdělení komunikace pro obě cílové skupiny bylo "S produkty P&G můžete být hrdí na své podnikání". Vizualy reflektovaly hlavní sdělení a ukazovaly úspěšné podnikatele, kteří se díky našim produktům mohou věnovat svému podnikání přesně tak, jak si přejí. Komunikace začínala již před obchodem, kde ještě zákazníci nejsou ovlivněni nabídkami konkurence. Na parkovišti jsme využili BB a polep garáží na vozíky. Se sdělením se zákazníci setkali i na nákupním vozíku, kde byl ve formátu A4 umístěn nákupní seznam složený z našich produktů. Uvnitř obchodu bylo toto iniciační sdělení rozvedeno do mnoha POS, která navzájem vytvářela dojem, že výrobky promovovaných řad P&G jsou tím nejlepším partnerem pro podnikání. Použitá POS - omotávka palet, plakáty, regálové poutače, paletové rohy, stojany. Obohacením byl in-store rádiový spot a animace na LCD obrazovkách u pokladen. Aby sdělení kampaně nebylo pouze pasivně přijímáno, připravili jsme i aktivační část. V rámci soutěže mohli zákazníci vyhrát mobilní telefon nebo získat produkty řady Jar. Zákazníci z databáze řetězce Makro jsme rovněž kontaktovali e-mailingy a newslettery. Pro komunikaci jsme využili i podstránku webu společnosti Makro a Facebook, kde jsme vybízeli k zapojení se do soutěže. Pro podporu vnímání, že produkty P&G Professional jsou opravdu pro odborníky, jsme vydali článek v Gastro magazine, který formou testimonialu poukazyval na kvalitu a tradici značky Jar. Výsledek: Prodej produktů řady P&G Professional se i po skončení komunikace zvýšil o 20% oproti měsícům před začátkem kampaně. Dosáhli jsme stanoveného hlavního cíle, nárůst povědomí této řady a přesvědčení o její kvalitě. Prodej všech komunikovaných řad, tedy P&G Professional, Beauty, Home a Fabric care všech komunikovaných produktových řad o 10% v porovnání se stejným obdobím v předešlém roce. Umístění: Ve všech prodejnách Makro v ČR.



## Integrované in-store kampaně



## Road show ACI

**Zadavatel projektu:** ACI - Auto Components International, s.r.o.

**Příhlašovatel a autor:** MORIS design s.r.o.

**Výchozí situace:** ACI je velký dodavatel náhradních dílů na automobily. Síť autoservisů je známá, ale dodavatelé naráží na velkou nespolehlivost všech databází. Velké procento oslovených adres neexistuje nebo nereaguje. Ne všichni znají firmu ACI. Velké procento promo dáreků nedorazí ke svému adresátovi. Cíle projektu: ACI potřebuje podpořit prodej a díky absenci vlastní distribuční sítě je zcela závislé na dealerech a všeobecné znalosti jejich pozice na trhu. Cílem akce bylo zajistit promo firmě ACI a sehnat reálnou ověřenou databázi skutečně existujících autoservisů. Popis realizace řešení Byla vytvořena komiksová postava Oliny, která nově provází celým sortimentem ACI. Najmuli jsme a zaškolili 16 hostesek, které byly oblečeny ve stylu sexy Oliny, a pořídili jsme jim 5 Fiatů 500, které prošly tuningem od Abarth do závodní úpravy. Oliny objížděly 20.000 adres v ČR a 8.000 adres v SK, kde prováděly show přímo v místě prodeje – autoservisech. Show spočívala ve hře, kde dotázání měli za úkol ukázat, jestli mají nějaké díly od ACI v dílně nebo jestli alespoň vědí, o koho jde. Za každou odpověď dostávali servisní technici dárky a nakonec se s hosteskami fotili. Fotky jim Oliny později poslaly s věnováním. Pokud byly nalezeny díly od ACI, byla cena o dost více motivační. Ve skutečnosti byl mimo prezentace ACI ještě prováděn sběr dat pomocí nevtíravých otázek a průzkumu servisu. Na konci roadshow tedy ACI jako jediná z oboru vlastní dokonalou databázi, zná se na osobní úrovni se servisními techniky a ví, jakými typy oprav se servis zabývá. Výsledek: přes 600 nových odběratelů, jedinečná databáze, znalost trhu, nárůst prodeje

73



# O

## Integrované in-store kampaně



# 74



## Coca-Cola Connect aktivace

**Zadavatel projektu:** The Coca-Cola Company

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

**Autor:** The Coca-Cola Company

**Výchozí situace:** Přestože je značka Coca-Cola jedním z nejznámějších a nejhodnotnějších brandů na světě, výzkumy ukázaly, že množství mladých lidí Coca-Colu nekoupilo ani neochutnalo již více než rok. Proto se Coca-Cola rozhodla pro ofenzivu. **Cíle projektu:** Strategickou myšlenkou kampaně se stala proměna lahve Coca-Coly ve zcela osobní předmět. Doslova během několika týdnů se trh zaplavil baleními, jejichž etiketa namísto proslulé značky nesla křestní jména či přezdívky vás, vaší rodiny či vašich kamarádů. Pobídka byla jednoduchá: kup si Coca-Colu a poděl se o radost právě s nimi!

**Popis realizace řešení:** Pokud máte v rukou dobrý projekt, není nic hezčího a efektivnějšího, než potkat se se zákazníky tváří v tvář. Vytvořili jsme tedy dvě unikátní auta, jejichž prostřednictvím jsme spotřebitelům nabídli možnost získat Coca-Colu, která bude opravdu osobní. Během několika měsíců jsme objeli všechna česká i slovenská krajská města. Abychom vedle práce s emocemi docílili i reálného prodejního efektu, vyzvali jsme potenciální zákazníky, aby si zakoupili na vybraných lokalitách Coca-Colu. Za odměnu jsme jim pak vyrobili plechovku s jakoukoli přezdívkou dle jejich přání. Ať už se rozhodli podělit se o ni, nebo si ji ponechat jen pro sebe, Coca-Cola opět ukázala, že k ní slovo „radost“ neoddělitelně patří. **Výsledek:** Coca-Cola se stala osobním přítelem tisíců spotřebitelů. Kromě zvýšení brand love v cílové skupině přinesla kampaň i pozitivní obchodní výsledky.



O

## Integrované in-store kampaně



75

## Launch novinky Flora Gold

**Zadavatel projektu:** Unilever Česká republika

**Přihlašovatel a autor:** up brand activation, s.r.o.

**Výchozí situace:** Unilever, divize margarínů, uvedl v letošním roce na trh nový produkt Flora Gold s jemnou máslovou příchutí. Flora Gold obsahuje o 67% méně nasycených mastných kyselin a je určena pro každodenní spotřebu. Jedním z nejvýraznějších benefitů nového rostlinného tuku Flora Gold je možnost využití na studenou i teplou kuchyni. **Cíle projektu:** Cílem projektu bylo upoutat pozornost zákazníků směrem k novému produktu a seznámit je s hlavními benefity rostlinného tuku Flora Gold.

Naším úkolem bylo zákazníkům ukázat, že Flora Gold je určena nejen pro studenou kuchyni, ale i k vaření a pečení. Logickým důsledkem kampaně je tak zvýšení prodejů a to zejména díky častější frekvenci užívání produktu ze strany zákazníků, dané multifunkčností produktu. **Popis realizace řešení:** Zkušenost z poslední doby nám ukazuje, že pokud dokážeme zákazníka zajímavou, nevtíravou formou edukovat, je ochoten nám věnovat více pozornosti, protože má pocit, že čas strávený s "námi" mu něco přinese. Pokud mu navíc naservírujeme inspiraci, nebo-li návody a nápady, jak s daným produktem pracovat dál, jeho ochota dát produktu šanci je daleko vyšší. Takto oslovený zákazník se navíc v častějším procentu vrací. Proto měla velká část aktivace Flory Gold podobu ochutnávek spojených s přípravou jednoduchých a zároveň inspirativních pokrmů z teplé i studené kuchyně. Vše podpořeno TVC, POS, printy a on-line s inspirací či recepty. **Výsledek:** Prodejní cíl a zároveň i market share, který byl v rámci lanche novinky Flora Gold ze strany zadavatele předem definován. Inspirovali jsme zákazníky jak s margaríny lépe a častěji pracovat v rámci teplé a studené kuchyně.



**M**

## Reklamní dárky v místě prodeje

**76**

### Pilsner Urquell Bedýnka



**Zadavatel projektu:** Plzeňský Prazdroj, a.s.

**Příhlašovatel:** Willson & Brown Czech s.r.o.

**Autor:** Willson & Brown Czech s.r.o.

**Materiál:** Přírodní smrkové dřevo, jutový provaz, olověná plomba, vypalované logo, mořeno přírodními vosky bez těkavých chemických přísad.

**Použití exponátu:** Společnost Plzeňský Prazdroj, a.s., produkt použije jako dárkové balení limitované edice s historickým logem na bedýnce, ale i s historickými etiketami na láhvích, které budou k dostání v obchodech řetězce Ahold Czech Republic, a.s.

**Charakteristika exponátu:** Dřevěná bedýnka reprezentuje tradici, rukodělnou zručnost českých řemeslníků a hrdost a lásku k pivu, které je vyráběné v Plzni. Dřevěná bedýnka odkazuje na historické prameny, podle kterých byly používány dřevěné bedýnky pro převoz piva. Z historie vychází i značení logem na bedýnce pomocí vypalování. Pro snadnou manipulaci je k víku bedýnky připevněno silné pletené jutové lano. Víko dekoruje pečeť Pilsner Urquell v barvě tradičního pečetičího vosku. Použili jsme mořidla s obsahem přírodních vosků, a dřevo je tak chráněno proti vlhku a je mu dodán krásný vzhled, který podkresluje dekor dřeva. Víko bedýnky je zajištěno proti otevření do doby koupě jutovým voskovaným lankem s olověnou plombou. Plomba je po rozmáčknutí s detailem loga Pilsner Urquell. Bedýnka svému majiteli bude sloužit po dlouhá léta a pro milovníky piva bude krásným doplňkem nebo nástrojem pro nošení piva z obchodu. Všechny materiály i produkce byly zajištěny výhradně v České republice.



## REJSTŘÍK FIREM



### **ATS Display Sp. z o.o.**

**We design, develop & produce of POSM,  
because we KNOW HOW to display!**

ATS Display is a company with many years' experience on the POSM market. The scope of activity is to design and realize comprehensive exhibition systems for promoting products at points of sale, which are recognized by both the customers and the specialists in the POS industry. One of the biggest advantages of ATS Display is the ability to offer all the stages in creating the POS materials: Conception – 3D Design - Development - Production - Logistics. The company has a professional designing studio, a prototype workshop and POS factory park, but more importantly, it employs qualified and competent personnel that have wide experience in creating POS products. Therefore, ATS Display continuously delivers unique, sophisticated, and innovative marketing tools.

Address: ul. Boryszewska 22C, Wiazowna 05-462, Poland

Phone.: +48 22 780 47 30

Fax: +48 22 780 41 75

E-mail: [info@atsdisplay.com](mailto:info@atsdisplay.com)

Web: [www.atsdisplay.com](http://www.atsdisplay.com)

FB: [www.facebook.com/atsdisplay](https://www.facebook.com/atsdisplay)



### **Authentica, s.r.o**

Authentica je mladá kreativní společnost, kde se rodí nápad a design. Na trhy po celé Evropě dodáváme výrobky z kartonu, kovu, dřeva a plastu. V roce 2013 jsme začali druhé desetiletí působení na trhu POP a současně rozšiřujeme své obchodní působení na německý trh, kde jsme založili pobočku ve městě Dreieich.

Authentica je členem POPAI CE.

Adresa: Lazaretní 1/7, Brno 61500

Telefon: +420 548 217 991

Fax: +420 548 217 994

E-mail: [authentica@authentica.cz](mailto:authentica@authentica.cz)

Web: [www.authentica.cz](http://www.authentica.cz)

FB: <https://www.facebook.com/authentica.s.r.o>





# branaldi

dáváme papíru život

## **Branaldi s.r.o**

Branaldi s.r.o je dynamicky se rozvíjející společnost, která se věnuje vývoji a výrobě atypických produktů především z papírových materiálů, kovu a doplňkové plasty. Jedná se o výrobky pro marketingovou podporu v místě prodeje - POS materiály, dárkové obaly a copacking. Tato služba zahrnuje výrobu standardních i nestandardních tvarů. Specialitou je vlastní vývojové centrum, designérské a grafické studio pro zpracování nejrůznějších druhů zakázek. Našimi přednostmi jsou mimo jiné kreativita, kvalita, solidní ceny, spolehlivost, individuální přístup, rychlost.

Adresa: Brázdímská 2236, 25001 Brandýs nad Labem

Telefon: +420 326 909 255

E-mail: info@branaldi.cz

Web: www.branaldi.eu



**ČESKÁ POJIŠŤOVNA**

## **Česká pojišťovna**

Pojišťovnictví/finanční služby.

Adresa: Na Pankráci 1720/123, 140 21 Praha 4

Telefon: +420 224 557 316

E-mail: Martin.molacek@ceskapojistovna.cz

Web: www.ceskapojistovna.cz

**DAGO**

## **Dago, s.r.o.**

Jsmo fullservisová POP agentura s vlastní výrobou založená již v roce 1993. Do projektů našich klientů aplikujeme v rámci našeho konceptu CIS = Complex In-store Solution sofistikované teoreticko-praktické know how z oblasti instore komunikace a působení POP materiálů na nákupní chování zákazníků, které vychází z nejnovějšího výzkumu a trendů. Nabízíme fullservisové zpracování projektu - od analýzy vhodného řešení, přes návrh funkcí, designu, konstrukčního řešení a sériovou výrobu až po dopravu a umístění na prodejní plochu. Našimi klíčovými hodnotami jsou RYCHLOST - DŮVĚRA - ZNALOSTI - EFEKTIVITA. Tyto hodnoty promítáme nejen do interních a externích procesů, ale i do všech fází realizace projektů pro naše zákazníky.

Adresa: Komenského 1020, 267 51, Zdice

Telefon: +420 311 533 390

E-mail: dago@dago.cz

Web: www.dago.cz



## DEKOR

### **DEKOR, spol. s r.o.**

Společnost DEKOR, spol. s r.o. působí v oboru POS projektů a in-store komunikace již 24 let. Specializuje se na komplexní servis v oblasti permanentních stojanů vyšší kvalitativní úrovně. Díky velmi úzké spolupráci s italskými designéry nabízí špičkový design dle nejpřísnějších měřítek. Pravidelně sleduje vývoj nových výrobních technologií (např. LED lightboxy nebo lentikuláry v pohybu), které pak aplikuje do projektů v místě prodeje. Dekor jako jediná firma z České republiky je členem prestižní celosvětové organizace GIC (Global In-store Communication), která sdružuje 18 významných firem z POP oboru ze všech částí světa. Dekor je také velmi aktivním členem asociace POPAI CENTRAL EUROPE.

Členství v těchto dvou významných organizacích umožňuje neustálý přísun informací o aktuálních POP trendech, novinkách a inovacích z celého světa.

Adresa: Hradištská 849, 687 08 Buchovice

Telefon: +420 572 430 555

E-mail: [dekor@dekor.cz](mailto:dekor@dekor.cz)

Web: [www.dekor.cz](http://www.dekor.cz)

## eclipse.

### **Eclipse print a.s.**

Specializujeme se na velkoplošný tisk s využitím moderních technologií pro ofset, sítotisk a digitální tisk. V nepřetržitém provozu vyrábíme billboardy, abribusy, vlajky, samolepky, plachty pro venkovní reklamu, autoplachty a další produkty. Pro reklamní stojany používáme velmi kvalitní velkoformátový tisk, vyrábíme kartónové stojany a stojany z plastových a pěnových desek. Zajišťujeme veškerou logistiku, uskladnění, aplikaci samolepek na dopravní prostředky, vyvěšování plachet a další služby. Kompletní technologické vybavení nám umožňuje nezávisle produkovat široké spektrum POS výrobků

Adresa: U nákladového nádraží 6, 130 00 Praha 3

Telefon: +420 283 012 555

E-mail: [sales.prague@eclipse-print.com](mailto:sales.prague@eclipse-print.com)

Web: [www.eclipse-print.com](http://www.eclipse-print.com)



## **Hanton®**

### **Hanton-svetelné reklamy, s.r.o.**

Spoločnosť HANTON-svetelné reklamy, s.r.o. je už viac ako 20 rokov výrobcou a dodávateľom POP, POS, svetelnej a nesvetelnej reklamy, informačných systémov. Vďaka skúsenostiam, flexibilitě a technologickému vybaveniu je spoločnosť schopná zvládnuť prakticky všetky projekty.

Adresa: Dr.Pantočku 335, 955 01 Topoľčany

Telefon: +421 385 321 330

E-mail: [hanton@hanton.eu](mailto:hanton@hanton.eu)

Web: [www.hanton.eu](http://www.hanton.eu)



### **Hipercom s.r.o.**

Hipercom je firma nabízející služby market intelligence v deseti zemích Střední a Východní Evropy. POS materiály pro elektronické loterie dodává ve spolupráci s Francouzskou firmou Promotion L&H. Mezi další služby poskytované firmou Hipercom patří unikátní technologie pro výzkum trhu v místě prodeje - Hiperkinetic. Tato technologie poskytuje naprosto přesná data o chování zákazníků před regálem - díky nepřetržitému, automatickému sledování pohybu zákazníku bez toho, aby o tom zákazníci věděli. Další službou je automatizované grafické studio pro tvorbu letáků, monitoring letáků a tvorba strategií pro letákové akce. V neposlední řadě mohou naši zákazníci využít řadu softwarových řešení pro synchronizaci dat mezi retailovými řetězci a jejich dodavateli.

Adresa: Ječná 39a, Praha 2, 120 00

Telefon: +420 724 183 754

E-mail: [zuzana.moudra@hiper-com.com](mailto:zuzana.moudra@hiper-com.com)

Web: [www.hiper-com.com](http://www.hiper-com.com)



### **MORIS design s.r.o.**

MORIS design je předním výrobcem prostředků na podporu prodeje, prodejních stojanů (POP a POS) v České republice a největší firmou v tomto oboru v Praze. Na trhu působí od roku 1997. Prodejní stojany značky MORIS design lze najít ve 45 zemích světa včetně Asie a USA. Dalšími specializacemi firmy jsou realizace komerčních interiérů na klíč, signmaking a výroba světelné reklamy s využitím LED osvětlení.

Adresa: Pod Stárkou 33, Praha 4 - Michle, 140 00

Telefon: +420 222 512 231

E-mail: [moris@moris.cz](mailto:moris@moris.cz)

Web: [www.moris.cz](http://www.moris.cz)



### **MTBC s.r.o.**

MTBC je moderní dynamická společnost působící v oblasti digitálních technologií od roku 2008. Náš mladý, ale zkušený tým skládající se z marketingových odborníků, programátorů i grafiků, rád navrhne a následně zrealizuje kompletní řešení na klientovo přání. Naším cílem je prezentovat společnosti a jejich produkty zábavnou formou, a to prostřednictvím interaktivní obrazovky D-Touch – a na míru vytvořeného softwaru.

Adresa: Na Viničních horách 1833/22, 160 00 Praha 6

Telefon: +420220 517 376

E-mail: [info@mtbc.cz](mailto:info@mtbc.cz)

Web: [www.mtbc.cz](http://www.mtbc.cz)



### **ppm factum a.s.**

PPM FACTUM je leaderem v oblasti merchandisingu, výzkumu trhu, retail auditu a sales promotion. Na trhu působí již od roku 1999 a mezi jeho dlouhodobé spokojené klienty patří řada nadnárodních i středních firem jak v ČR, na Slovensku, tak v řadě dalších evropských zemí.

Adresa: Bucharova 1281/2, A, 158 00 Praha 5

Telefon: +420 233 111 000

E-mail: [info@ppmfactum.cz](mailto:info@ppmfactum.cz)

Web: [www.ppmfactum.cz](http://www.ppmfactum.cz)



### **Profit MK, s.r.o.**

Slovenský výrobca POS displejov z kartónu a lepenky ponúka komplexné riešenia od návrhu až po sériovú výrobu. Vizualizácia návrhu, resp. výroba vzoriek pred spustením sériovej výroby je samozrejmosťou.

Výrobný program zahŕňa aj výrobu šanónov a foldrov, paletových wrapov, kartónových totemov a iných výrobkov z kartónu a plastu. Spoločnosť Profit MK, s.r.o. má sídlo v Bratislave a výrobnú prevádzku v Trenčíne.

Adresa: Ľ. Stárka 2840, 911 05 Trenčín, SR

Telefon: +421 915 717 315

E-mail: [obchod@mkadvertising.sk](mailto:obchod@mkadvertising.sk)

Web: [www.profitmk.sk](http://www.profitmk.sk)



### **PROMOANGEL, s.r.o.**

PROMOANGEL, s.r.o. výhradní dovozce systému COOLIO z Belgie. Agentura zaměřená na řešení strategických i taktických otázek značek s cílem budovat značky v očích obchodníků a spotřebitelů s finálním dopadem na zvýšení obrátu a zisku.

Adresa: Bělehradská 237/11, 140 00 Prague 4

Telefon: +420 724 038 795

E-mail: [eduard.valent@promoangel.com](mailto:eduard.valent@promoangel.com)

Web: [www.promoangel.com](http://www.promoangel.com)



komplexná výroba svetelnej  
reklamy a P.O.P produktov

### **Ross s.r.o.**

Filozofiou našej spoločnosti je poskytnúť klientom produkty s jedinečným dizajnom. Tieto produkty spĺňajú najvyššie požiadavky užívateľov a pomáhajú zvýšiť predaj koncovému zákazníkovi.

Poskytujeme široké spektrum služieb - vytvorenie základnej vizualizácie a grafiky, vývoj prvotného prototypu, vlastná produkcia, výroba svetelnej reklamy, montáž a servis. Máme viac ako 20 rokov skúseností a tradície, certifikát Systému riadenia kvality ISO 9001:2000, certifikát člena POPAI CE, vlastné know-how v originálnom dizajne, vývoji, výrobe a montáži. Rozsiahla výrobná kapacita a široký sortiment - viac ako 1600 produktov v sériovej výrobe navrhnutých presne podľa potrieb zákazníka vo vysokej funkčnosti, kvalite a špičkovom prevedení grafiky.

Adresa: Hollého 205/52, 01501 Rajec

Telefon: +421 415 422 109

E-mail: ross@ross.sk

Web: www.ross.sk

### **SPEED PRESS +**

reklamní a dárkové předměty

### **SPEED PRESS Plus a.s.**

Společnost SPEED PRESS Plus a.s. je svým klientům partnerem a specialistou v oblasti reklamních a dárkových předmětů již 22 let. 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 38 000 skladových předmětů. Za její práci hovoří realizace, reference klientů a ocenění na prestižních soutěžích. Ráda své klienty inspiruje také ve své vzorkovně s 8 500 předměty na ploše 460 m<sup>2</sup>. Je držitelem certifikátu ISO 9001:2008.

Adresa: Freyova 8, 190 00 Praha 9

Telefon: +420 234 140 111

E-mail: sales@speed-press.cz

Web: www.speed-press.cz



## **STI** GROUP

### **STI Group**

STI Group nabízí inovativní řešení prodeje zboží, jeho logistiky a prezentace v místě prodeje. Jako partner značkových výrobců přesvědčuje STI Group svou kreativitou a silou inovace. Nabízí pro své zákazníky i obchodní řetězce přidanou hodnotu, díky které jsou úspěšnější. Skupina STI dosáhla v roce 2011 ve svých 14 výrobních závodech v Německu, Austrálii, Velké Británii, Polsku, Rumunsku, České republice a Maďarsku obratu přes 320 milionů EUR. Více než polovina celosvětově úspěšných výrobců FMCG, stejně jako další vedoucí průmyslové firmy a koncerny, patří k nejdůležitějším zákazníkům STI Group.

Adresa: Žitná 218/19, 408 01 Rumburk

Telefon: +420 731 616 786

E-mail: [martin.prokop@sti-group.com](mailto:martin.prokop@sti-group.com)

Web: [www.sti-group.cz](http://www.sti-group.cz)

## **STORY DESIGN**

### **STORY DESIGN, a.s.**

Společnost STORY DESIGN patří mezi přední středoevropské společnosti v oblasti realizace komerčních interiérů a prvků na podporu prodeje. Kompletní technologie na zpracování dřeva, plastů i kovu dávají designérům firmy jedinečnou možnost navrhovat produkty bez výrobních omezení.

Adresa: Moravská 949, 570 01 Litomyšl

Telefon: +420 461 613 313

E-mail: [info@story-design.cz](mailto:info@story-design.cz)

Web: [www.story-design.cz](http://www.story-design.cz)



### **up brand activation, s.r.o.**

Naším posláním je v prostředí dnešní hypernabídky vytvářet značkové světy, které spotřebitelům usnadňují volbu. Pomáháme značkám upevňovat jejich pozici na trhu, budovat dlouhodobý a silný vztah se zákazníky a za pomoci palety různých nástrojů zvyšovat prodej.

Adresa: Porážka 206/4, 602 00 Brno

Telefon: +420 603 411 812

E-mail: [mojmir.spalek@upagency.cz](mailto:mojmir.spalek@upagency.cz)

Web: [www.upba.cz](http://www.upba.cz)



### **WELLEN a.s.**

Vytváříme komplexní retailová řešení s cílem, aby si spotřebitel odnesl ze setkání se značkou silný pozitivní zážitek. Zaměřujeme se na BTL a to především na podporu prodeje, komunikaci v místě prodeje a in-store design. Nabízíme celkový servis od strategie až po finální instalaci. Vše pod jednou střechou, s možností on-line projektového řízení a správy zakázky. Prostřednictvím cílené komunikace a in-store merchandisingu napomáháme našim klientům maximalizovat zisk a budovat značku.

Adresa: Třebohostická 3165/5a, 100 00 Praha 10

Telefon: +420 270 004 040

E-mail: [info@wellen.cz](mailto:info@wellen.cz)

Web: [www.wellen.cz](http://www.wellen.cz)



**WILLSON & BROWN**

### **Willson&Brown Czech, s.r.o.**

Willson&Brown už 16 let vytváří pro své partnery představy výjimečných řešení P.O.P. a jejich realizace. Nabízíme inovační řešení v oblasti projektování a výroby standardních a individuálních materiálů P.O.P.: stojanu, regálových a paletových vystavení, systému pro police, displejů na pult, návrhu interiéru, systému pro obchody a promoční stanoviště, shop-in-the-shop a mnoho jiných. Zabýváme se vývojem a výrobou P.O.P. produktů z plastů, papíru, kartónu, kovu, skla a kombinaci těchto materiálů. Společnost Willson&Brown působí na četných evropských trzích z poboček ve Varšavě, Praze, Budapešti, Bukurešti, a také pomoci zkušených obchodních zástupců v západní, severní a jižní Evropě, na Balkánu a v Rusku.

Adresa: Belgická 20, 120 00 Praha 2

Telefon: +420 222 519 120

Fax: +420 222 516 381

E-mail: [biuro@w-b.cz](mailto:biuro@w-b.cz)

Web: [www.willson-brown.com](http://www.willson-brown.com)



### **WMC/GREY**

Kreativní agentura WMC/GREY je součástí globální skupiny GREY Group a pro lokální i mezinárodní klienty pracuje od roku 2004. Vytváří skutečně 360° komunikaci zahrnující ATL, BTL, shopper marketing, digital, interní komunikaci a eventy.

Adresa: Belgická 115/40, 120 00 Praha 2

Telefon: +420 266 798 100

E-mail: [info@wmcgrey.cz](mailto:info@wmcgrey.cz)

Web: [www.greydigital.cz](http://www.greydigital.cz)







GENERÁLNÍ PARTNER

# Freeboard

Feel FREE to show up!

HLAVNÍ PARTNEŘI



PARTNEŘI



SPONZOŘI



ODBORNÍ PARTNEŘI



HLAVNÍ MEDIÁLNÍ PARTNER



MEDIÁLNÍ PARTNEŘI

