



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY  
**AUTOMOBILY**



**POPAI  
AWARDS**



## AUDI EYE CATCHER

- Zadavateľ:** Porsche Slovakia s. r. o.  
**Prihlašovateľ:** ROSS s.r.o.  
**Autor:** ROSS s.r.o.  
**Materiály:** hliník, akrylát  
**Použití exponátu:** Prezentácia prémiových áut Audi



**Charakteristika exponátu:** Audi EYE CATCHER je celoročná platforma pre predstavenie novinek zo sveta Audi. Prezentuje automobily pri nákupných centrách, u predajcov Audi a na rôznych akciách. Prezentačné pódium Audi Eye Catcher je postavené na typizovanom príviesnom vozíku, ktorý sa dá prepravovať za osobným autom. Na vozíku je inštalovaná oceľová zinkovaná konštrukcia umožňujúca nájazd auta. Montáž je veľmi jednoduchá. Nie sú potrebné žiadne ďalšie náklady na prevádzku a údržbu. Celé pódium sa dá jednoducho poskladať a naložiť na vozík. Takto poskladané je pripravené na bezpečné premiestnenie na miesto prezentácie. Pódium je flexibilné na vystavovanie rôznych modelov Audi, svetelný brand je ľahko vymeniteľný. Eye Catcher tvoria štyri panely z ohýbaného hliníkového plechu oplášteného aluco bondom a oblepený liatou plotrovanou fóliou. Svetelné nápisy a logá sú vyrobené z 30 mm akrylátu. Súčasťou pódia je aj svetelné delo - zabudované v konštrukcii vozíka, ktoré vyzaruje svetelný lúč na oblohu. Auto, ktoré je vystavované na Eye Catcher je navyše podsvietené vysoko svietivými LED diódami. Vďaka jedinečnému prevedeniu, nadčasovému dizajnu a osvetleniu je Audi Eye Catcher významnou súčasťou prezentácií prémiových áut.



## STOJAN HANKOOK NA PNEUMATIKY

**Zadavatel:** Hankook Tire, Česká republika s.r.o.

**Příhlašovatel:** Authentica, s.r.o.

**Autor:** Authentica, s.r.o.

**Materiál:** Kov

**Použití exponátu:** Pneuservisy a autoprodejci v rámci ČR

**Charakteristika exponátu:** Stojan Hankook je produktový / imageový stojan, který je nositelem reklamy progresivní značky pneumatik Hankook. Dominantou stojanu je čisté, luxusní, designové provedení. Na první pohled zaujme lakované kovové tělo stojanu nesoucí sportovní pneumatiku. Zároveň k dotvoření komunikační linie této řady pneumatik slouží prezentační akvárium s modelem sportovního autíčka umístěného v čele stojanu a kapsa s informačními letáky.





TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY  
**AUTOMOBILY**



**POPAI  
AWARDS**

**3**



## **PULPIT QUANTUM**

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

**Zadavatel / Advertiser:** UNIMETAL Sp. z o.o.

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

**Použité materiály / Material from which the exhibited product is composed of:**  
ABS, kov, PMMA, PET / ABS, metal, PMMA, PET

**Použití exponátu / Where and how has it been used:**  
Na stanicích pro diagnostiku aut / At car diagnostic stations

**Charakteristika / Exhibit description:**

Pevný, osvětlený displej pro diagnostické zařízení používané v diagnostických stanicích.  
Solid, illuminated diagnostic cabinet for diagnostic equipment used in diagnostic stations.



## CHEETOS MECHANICKÉ ČELO

- Zadavatel:** PepsiCo CZ s. r. o.
- Příhlašovatel:** WELLEN a. s., Eclipse Print a. s.
- Autor:** WELLEN a. s.
- Materiály:** kartonáž, polep samolepkou, technologie / mechanický motorek
- Použití exponátu:** vybrané prodejny Albert 09/17

**Charakteristika exponátu:** Pro launch produktu byla zvolena kreslená postava nezbedy Chestera. Postava na motorku se přetáčí kolem své osy, a tak střídavě ukazuje hlavu a nezbedně zkroucený ocas. Pohyblivá instalace láká zákazníky k prodejnímu čelu. Nákupy z vystavení vykazují výborná čísla. Návrh WELLEN realizovala firma Eclipse Print, a.s.

**5**

## CHEETOS PROMO SILOMĚR

- Zadavatel:** PepsiCo CZ s. r. o.  
**Přihlašovatel:** WELLEN a. s.  
**Autor:** WELLEN a. s.  
**Materiály:** plast, kov, guma, polep PVC samolepkou  
**Použití exponátu:** eventy v ČR a SK, podzim 2017

**Charakteristika exponátu:** Pro představení nového produktu připravil klient celou řadu eventů a roadshow. Jak zaujmout rodiny s dětmi do 12 let? Když si děti zasoutěží s tátou, a přitom všichni vyhrají. Známy pouťový siloměr se proměnil na ochutnávkový: po úderu palicí se míček podle síly zasekl u jedné ze tří příchutí, kterou pak hostesky nabídlý k ochutnání. Všichni si chtěli zahrát i opakovaně a ochutnávali i jiné příchutě, než jen klasickou arašidovou, jako třeba sýrovou a kečupovou. Zapojení rodin se skvěle vydařilo, návštěvníci si často s netradičním prvkem pořizovali selfie.



**6**

## KOSTELECKÉ UZENINY - VÁNOČNÍ STROM

**Zadavatel:** Kostecké uzeniny a.s.

**Přihlašovatel:** Sprint Trading s.r.o.

**Autor:** Tým Sprint Trading

**Materiály:** Karton

**Použití exponátu:** Supermarkety v síti Ahold.

**Charakteristika exponátu:** Pro Kostecké uzeniny jsme navrhli a vyrobili prémiový vánoční stojan ve tvaru vánočního stromku. Slouží nejen jako prodejní stojan ale současně jako originální vánoční dekorace na prodejní ploše. Stojan stromek již ze své podstaty naprosto dokonale evokuje vánoční náladu v místě nákupu a zákazníkovi tak nenuceně připomíná nákup Kosteckých uzenin během svátečních dnů. K vystavení jsme samozřejmě použili reálné produkty, které vyvolávají okamžitou chuť a klient je tak nenuceně naladěný k nákupu a spotřebě. Stojan měl nejen mezi zákazníky, ale i mezi obchodníky velmi pozitivní odezvu. I když to tak na první pohled nevypadá, velkou výhodou pro klienta jsou úsporné skladovací rozměry, které šetří logistické náklady. Stojan se dá jednoduše sbalit na plochu do přepravního boxu (kartonové krabice). Následné složení na prodejní ploše je velmi rychlé, jednoduché a intuitivní.





## PALETA PEDRO

- Zadavatel:** The Candy Plus Sweet Factory, s.r.o.  
**Příhlašovatel:** KNOWINSTORE s.r.o.  
**Autor:** KNOWINSTORE s.r.o.  
**Materiály:** Karton  
**Použití exponátu:** Albert Hypermarket, Tesco Hypermarket

**Charakteristika exponátu:** Pro našeho klienta The Candy Plus Sweet Factory, s.r.o. jsme navrhli a vyrobili netradiční paletový design, který je unikátní svojí čistě kartonovou konstrukcí. Cílem projektu bylo vytvořit atraktivní a funkční řešení paletového branding, který nakupující zaujme a přiměje k nákupu. Druhotné vystavení jsme ozvláštnili prvkem typickým pro Pedro - sombrerem. Klobouk je tvořený z mnoha kartonových dílů, které se sestavují nejprve každý zvlášť a následně se zkompletují do finální podoby klobouku. Konstrukce branding naplnila klientovo očekávání nejen z hlediska kreativity, ale také praktičností umožňující vystavení dostatečného množství a druhů produktů.



KATEGORIE

**B**TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY  
POTRAVINYPOPAI  
AWARDS

## STOJAN NA SÝRY APETITO

**Zadavatel:** Savencia Fromage & Dairy Czech Republic, a.s.

**Příhlašovatel:** Dago, s.r.o.

**Autor:** Dago Team

**Materiál:** Kov, diody, kapa

**Použití exponátu:** Hypermarkety

**Charakteristika exponátu:** Produkty z kategorie chlazených potravin nebývají zrovna adepty na samostatně stojící retailové vystavení - navíc v permanentním provedení. Proto každá taková realizace je velkým přínosem a výzvou. Je zřejmé, že odlišný způsob umístění polic a z něj vycházející atypický tvar stojanu bylo to, co DAGO tým vybral jako prostředek nápaditého vyrušení zákazníka při nákupní rutině. Odkazem na kvalitu výrobku a zároveň hlavním komunikačním prvkem je sklenice s proudem tekoucího mléka, jehož vodopád je navíc zvýrazněn LED osvětlením. Velká krabička výrobku ve 3D modelovém provedení vhodně podtrhuje propagaci brandu samotného. Originalita stojanu, jeho designově čisté provedení a produkty vystavené ke snadnému odběru přímo vybízí k uskutečnění nákupu.

8



**9**

## STOJAN ORION PREMIUM

- Zadavatel:** Nestlé Česko, s.r.o  
**Přihlašovatel:** Authentica, s.r.o.  
**Autor:** Authentica, s.r.o.  
**Materiály:** Dřevo, překližka + uv digi tisk  
**Použití exponátu:** Řetězec Tesco (obchodní domy)

**Charakteristika exponátu:** Stojan byl vytvořen pro posílení nové prémiové řady tabulkových čokolád značky ORION. Méně je někdy více – zde výrazné obaly čokolády nepotřebují přehnaně luxusní okolí. Stojan svým minimalistickým dojmem a použitými materiály jen dotváří okolní prémiový charakter. Hlavní prim hraje lehká grafika v podobě malých hvězdiček a patinovaného dřeva. Vychytaná a na první pohled jednoduchá konstrukce dělá ze stojanu geniální nosič v místě prodeje, oceněný mimo jiné odborníky v soutěži PACKSTAR 2017.

KATEGORIE

**B**

TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY  
**POTRAVINY**



**POPAI  
AWARDS**



**10**

## STOJAN KUFR - MODRÉ Z NEBE

**Zadavatel:** Nestlé Česko, s.r.o

**Přihlašovatel:** Authentica, s.r.o.

**Autor:** Authentica, s.r.o.

**Materiál:** Kov, akrylát, PET, komatex, karton, samolepka, konopné lano

**Použití exponátu:** Letiště Praha

**Charakteristika exponátu:** Jak oslovit turisty před odletem? „Na letiště jedině s kufrem“ - výzva k vytvoření stojanu vystupujícího z řady! Detailní provedení jednotlivých částí např. madla či lana dělá ze stojanu unikátní, tvarově vychytaný model kufru. Přivezte svým blízkým sladké čokoládové potěšení z Prahy - jen si prohlédněte, co jsme Vám zabalili s sebou!



## REGÁLOVÝ OBRAZ JOJO

**Zadavatel:** Nestlé Česko, s.r.o.

**Přihlašovatel:** Authentica, s.r.o.

**Autor:** Authentica, s.r.o.

**Materiály:** Kovové díly - Al s povrch. úpravou komaxit, PET, HPS, komatex, samolepka, LED, kov. háky

**Použití exponátu:** Globus ČR

**Charakteristika exponátu:** Jak přilákat do cukrovinkové uličky, které se většinou při nákupu chceme vyhnout? Přidejte mezi regály prvek, který upoutá pozornost svou hravostí, nápaditostí a barevností - například regálový obraz JOJO! „Ideální ukázka toho, jak z nákupu udělat zážitek.“ Spojením precizní kreativity s hlavní hrdinou televizní reklamy a dokonalého technického provedení vznikla vítězná realizace měsíce na portálu mistoprodeje.cz.

**11**

**12**



## CHUPA CHUPS CAR

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

**Zadavatel / Advertiser:** Perfetti Van Melle Polska Sp. z o.o.

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

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

Kov, červená dřevotříska, plast / Metal, red chipboard, plastic

**Použití exponátu / Where and how has it been used:**

Především ve velkých maloobchodních řetězcích jako nástroj pro podporu prodeje  
Mainly in big retail chains as a tool of activating sales

**Charakteristika / Exhibit description:**

Hlavním cílem tohoto projektu bylo přilákat pozornost zejména dětí, které jsou často rozhodující pro rozhodování jejich rodičů. Poutavý design automobilu přitahuje pozornost a podporuje nákupní rozhodnutí sortimentu sladkostí Chupa-Chups.

The main purpose for this project was drawing attention, especially of kids who are often crucial in terms of decision making of their parents. Eye-catching design of car attracts attention and supports purchase decision of range of Chupa - Chups sweets.

**13**

## SHELF IN SHELF MILKA

**Zadavatel:** TOTAL MARKETING SUPPORT

**Přihlašovatel:** RETAIL OF THE FUTURE, s.r.o.

**Autor:** Packshot

**Materiály:** Přírodní dřevo, překližka, plast, kovový zvon, LCD plus mini PC, plyšová hlava krávy, umělá tráva, dekorace, sezónní brand

**Použití exponátu:** Glóbus Černý Most Praha

**Charakteristika exponátu:** Samostatně stojící regál vizuálně spojený se značkou, který je umístěn na prodejní ploše obchodu a kromě samostatného vystavení čokolád a čokoládových cukrovinek nabízí zákazníkům také exkluzivní a ve volném prodeji dosud nedostupné non-foodové produkty. Klád se důraz na absolutní nezávadnost a samozřejmě šetrnost vůči životnímu prostředí, proto je regál vyroben především z přírodních materiálů, a to převážně dřeva. V horní části regálu je umístěna plyšová hlava krávy Milka. Nezbytnou součástí je také LCD jako podpůrný prvek nejen vystavovaných produktů, ale celé značky. Pro malé zákazníky je součástí regálu zvon, na který si můžou s chutí zazvonit. Pro podporu atmosféry rakouských Alp je zde umístěna umělá tráva s květinami, kterou ocení především právě ti nejmenší z nás.



**14**

## PRODEJNÍ DISPLEJ KOFOLA

- Zadavatel:** Kofola a.s.
- Příhlašovatel:** PAKETO.ONE / G.N.P. spol. s r.o.
- Autor:** PAKETO team / Kofola
- Materiály:** vlnitá lepenka
- Použití exponátu:** Kartonový displej slouží k prezentaci a podpoře prodeje nových druhů nápojů společnosti Kofola a.s. v obchodních řetězcích v České republice i na Slovensku.

**Charakteristika exponátu:** Stojan je vyroben z pevné vlnité lepenky. Mimo karton byly použity i plastové spojovací části. Pro snazší manipulaci je stojan umístěn na paletě. Díky dokonalému konstrukčnímu zpracování a designu není paleta viditelná a nenarušuje tak celkový dojem grafického vizuálu stojanu. Displej je obsluhý ze všech čtyř stran. Každá strana disponuje policemi, ze kterých si mohou zákazníci zboží odebrat. Jednotlivé police mají odpovídající vysokou nosnost. Displej imituje převlékáckou kabinku na plovárně. Zajímavostí je možnost nahlédnout do vnitřní převlékácké kabiny pomocí kukátka. Při nahlédnutí se nestačíte divit, co vidíte "veverku v bikinách".



**15**

## **BIRELL BOTANICALS KARTONOVÝ STOJAN**

- Zadavatel:** Plzeňský Prazdroj, a. s.  
**Přihlašovatel:** Plzeňský Prazdroj, a. s.  
**Autor:** Addict Agency s.r.o. / Plzeňský Prazdroj, a. s.  
**Materiály:** Karton  
**Použití exponátu:** Hypermarkety a supermarkety

**Charakteristika exponátu:** Nejnovější inovace - Birell Botanicals - s sebou přinesla i tento stojan, který je součástí masivní POP komunikace. Samotný produkt je specifický svým výrobním procesem a chuťovými vlastnostmi. Pro Birell Botanicals byl proto vytvořen atypický stojan, kolem kterého se obtáčí pás bylinek a ingrediencí obsažených v produktu. Tento pás také evokuje rozvíjející se chuť produktu po ochutnání. POSM je určeno pro obě příchutě novinky a unese až 100 ks plechovek.



## COCA COLA - COKE POINT

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

**Příhlašovatel:** Sprint Trading s.r.o.

**Autor:** Tým Sprint Trading

**Materiály:** Akrylát, Dibond, PVC, kov, MDF

**Použití exponátu:** Síť obchodů TERNO Slovensko

**Charakteristika exponátu:** Pro silnou kategorii nealkoholických nápojů jsme navrhli a vyrobili prémiové paletové vystavení "Coke Point". Cílem bylo vytvořit permanentní vystavení přístupné ze všech stran s promoční částí pro změnu komunikace v rámci aktuální kampaně. Podařilo se nám vytvořit atraktivní vystavení, které na trhu poutá pozornost, má dostatečnou komunikační plochu za navíc i velkou prodejní kapacitu. Coke Point se skládá ze 4 hlavních sloupů, jejichž značnou část tvoří výrazná láhev Coca Cola z potištěné MDF desky. Horní logo a police z akrylátu jsou prosvětleny s cílem upoutat pozornost zákazníka a zvýšit atraktivitu celého vystavení. Pro úplný komfort je do vystavení zabudována také lednice.

**16**





**17**

## **KOFOLA - STOJAN KOSTKY**

**Zadavatel:** Kofola ČeskoSlovensko a.s.

**Příhlašovatel:** Sprint Trading s.r.o.

**Autor:** Tým Sprint Trading

**Materiály:** Karton

**Použití exponátu:** Maloobchodní síť Hruška.

**Charakteristika exponátu:** Pro silnou kategorii nealkoholických nápojů jsme navrhli a vyrobili velmi netradiční kartonový stojan "Kofola -kostky". U tohoto projektu nebyl kladen až tak velký důraz na kapacitu stojanu, jak je u nápojových stojanů obvyklé. Cílem bylo vytvořit především zajímavé řešení pro podporu prodeje 0,5 l Kofoly. Dalším kritériem byla dostatečná stabilita celého stojanu. Podařilo se nám vytvořit stojan, který má nejen dostatečnou komunikační plochu, překvapivou kapacitu, svým pojetím je na prodejní ploše nepřehlédnutelný a navíc v horkém létě vyvolává okamžitou chuť po osvěžení. Klient je tak velmi nenuceně naladěný na nákup a moment spotřeby. Stojan měl nejen mezi zákazníky, ale i mezi obchodníky velmi pozitivní odezvu.



## PERMANENTNÍ STOJAN NESCAFÉ DOLCE GUSTO

**18**

- Zadavatel:** Nestlé Česko, s.r.o.  
**Příhlašovatel:** Dago, s.r.o.  
**Autor:** Dago Team  
**Materiál:** Lamino, plexisklo, káva, sklo  
**Použití exponátu:** Hypermarkety

**Charakteristika exponátu:** Čistý a svěží design stojanu propojuje příjemnou prezentaci značky a přehledný výběr kapslí Nescafé Dolce Gusto. Stojanu dominuje 3D logo s fragmentovaným provedením šálku s Latte Macchiato, a tyto výrazné prvky upoutají pozornost nejenom kávových milovníků. Následně je ponechán prostor a hlavní slovo samotnému produktu. Minimalistické provedení, dané striktním brand manuálem značky Dolce Gusto a premiový design v bílé barvě dává vyniknout mimořádně široké škále nápojů, které lze s kapslemi vykouzlit. Jednotlivé druhy kapslí jsou rozděleny do několika barevně označených skupin s důrazem na novinky. Zrnka kávy nasypané pod skleněnou polici nevytvářejí pouze krásný detail, ale také umocňují smyslový zážitek a touhu po vychutnání šálku oblíbeného horkého nápoje.



**19**

## STOJAN WATERDROP DUO

- Zadavatel:** KVELL Group GmbH  
**Příhlašovatel:** Authentica, s.r.o.  
**Autor:** Authentica, s.r.o. / KVELL Group GmbH  
**Materiál:** kov, dřevo, plast  
**Použití exponátu:** shop in shop Letiště Wien

**Charakteristika exponátu:** Značka Waterdrop je prototypem úspěšného start-upového projektu. Authentica stála hned u zrodu této značky. Pro první launch na vídeňském letišti jsme vyrobili první shop in shop podle návrhu a požadavků zadavatele.

Autorem grafiky i designu je Christoph Hermann z KVELL Group GmbH. Tvar má připomínat samotnou tabletu, která existuje ve 4 příchutích a barvách, původní motiv na grafice je od výtvarnice Marushy Belle a má symbolizovat plody, které jsou pro výrobu tabletek použity.

Podlahový stojan Waterdrop je vyroben s oboustrannou komunikací a snímatelnými policemi. Dle požadavku zadavatele je stojan rozkládací a odlehčený vybráním vnitřního dřevěného korpusu.

Pultová varianta pak slouží pro prezentaci produktů Waterdrop především na pultech lékáren a prodejen se zdravou výživou.

Trojice mladých lidí, kteří stojí za úspěchem této značky, spoléhá na nápady a výrazný design, jenž přitáhne pozornost. Díky dynamickému marketingu, realizovanému s opravdovým nadšením, obliba a popularita nápojů v tabletkách extrémně rychle stoupá.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY  
NEALKOHOLICKÉ NÁPOJE



POPAI  
AWARDS

20



## STOJAN JUPÍ

**Zadavatel:** Kofola a.s.  
**Příhlašovatel:** Authentica, s.r.o.  
**Autor:** Authentica, s.r.o.  
**Materiál:** Karton  
**Použití exponátu:** Ahold prodejny, akce

**Charakteristika exponátu:** U příležitosti 18. narozenin od uvedení na trh a zároveň dárkem k "1. dospělým narozeninám" bylo uvedení zcela nové řady sirupů Jupí.

K této příležitosti byl vytvořen kartonový dočasný stojan, který má evokovat v zákazníkovi neodolatelnou chuť na koktejl spojující ovoce s nejslavnějšími koktejly světa. Přáním klienta bylo vybočit z řady klasických čtvercových stojanů. Do stojanu se nám podařilo vtisknout unikátní tvar sklenice a vytvořit tvarově i graficky poutavé vystavení sirupů, které na první pohled vyvolá chuť se osvěžit. Ohlasy z trhu byly velmi pozitivní a mnoho nadšených zákazníků bylo překvapeno, jak se může sirup stát jedinečným zážitkem určeným nejen pro děti.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY  
NEALKOHOLICKÉ NÁPOJE



POPAI  
AWARDS

21

## STOJAN SKOKANSKÝ MŮSTEK

**Zadavatel:** Kofola a.s.  
**Přihlašovatel:** STI Česko s.r.o.  
**Autor:** STI Česko s.r.o.  
**Materiály:** Karton, vlnitá lepenka  
**Použití exponátu:** v interiéru

### Charakteristika exponátu:

KOFOLA - hravý design pro hravé povahy

Společnost Kofola - jeden z nejvýznamnějších producentů nealkoholických nápojů, do jehož portfolia patří téměř dvacítko oblíbených značek - je proslulá nápaditostí a jedinečností svých promočních kampaní. Tak jak barevná a pestrá je škála značek, tak barevné a pestré jsou jejich propagační kampaně. V rámci jedné z nich která probíhala v letošním roce - byl na oblíbenou limonádu Kofola navržen a použit také stojan Skokanský můstek. Nápaditá konstrukce stojanu připomíná skokanské můstky, které všichni znají z bazénů a koupališť a přináší tak pocit letní pohody, uvolnění a skvělé zábavy. Stojan je primárně určen na lahve s obsahem 0,5 l. Tato velikost nejen, že ideálně padne do ruky, ale vejde se také do každého batohu či kabelky a výborně se tak hodí jako osvěžení při letních dobrodružstvích, při zábavě i na cestách. Grafický design stojanu je velmi líbivý a hravý. Ke slovu zde přicházejí dva populární ambasadoři značky Kofola - Leoprd a Vvrk. Celá kampaň byla zacílena především na mladou generaci a je ideálním příkladem propojení místa prodeje s digitálním světem. Prezentace v prodejnách byla doprovázena kampaní na sociálních médiích - ať už šlo o Facebook, Twitter či YouTube.





TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY  
NEALKOHOLICKÉ NÁPOJE



POPAI  
AWARDS



## REGÁLOVÉ ČELO JACOBS

**Zadavatel:** JACOBS DOUWE EGBERTS CZ s.r.o.

**Příhlašovatel:** Atta creative, s.r.o.

**Autor:** Atta creative, Authentica

**Materiál:** lamino, LED osvětlení, HPS

**Použití exponátu:** prodejny Tesco

**Charakteristika exponátu:** Snít s otevřenými očima tak není v podání Jacobs pouze prázdný slogan, ale aktivní vize pomoci lidem vystoupit ze své komfortní zóny a pustit se do plnění vlastních snů. Ústřední myšlenka sahá až k samotnému zakladateli značky Johannu Jacobsovi, který se rozhodl splnit si vlastní sen a dopřát jedinečný požitek z kávového aroma Jacobs všem obyčejným lidem. Skrze kávu a její výjimečné aroma se Jacobs snaží toto poselství šířit i nyní a to hlavně na obchodech pomocí silné komunikační linky. Součástí celého konceptu komunikační linky je i regálové čelo Jacobs. Poutá pozornost nakupujícího a láká do kávové uličky, zároveň maximálně komunikuje značku a evokuje chuť na šálek kvalitní kávy Jacobs. Čelo je umístěné na konci regálu při vstupu do kávové uličky vyskládané nasvícenými produkty kávy Jacobs přes všechny kávové subkategorie. Nabízí tak zákazníkovi vybrat si právě tu svou oblíbenou kávu, přehledně na jednom místě!

22



## PILSNER URQUELL NONFILTER TABLE TENT

**Zadavateľ:** Pivovary Topvar a.s.

**Prihlašovateľ:** Pivovary Topvar a.s.

**Autor:** Matej Táborský

**Materiály:** Papier

**Použití exponátu:** Pilsner Urquell Nonfilter table tent je POSM na podporu predaja počas promoakcie Pilsner Urquell nefilter

**Charakteristika exponátu:** Ide o papierový 3D stojanček na stoj, kde prezentujeme mechaniku promoakcie. Zámerom tohoto stojančeka bolo priniesť niečo nové, najst novú cestu prezentácie promoakcie priamo na prevádzke a vyhnúť sa klasickým A-čkovým stojančekom.

**23**



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY  
ALKOHOLICKÉ NÁPOJE, TABÁK



POPAI  
AWARDS



## PILSNER URQUELL XMAS - TABLE TENT

24

- Zadavatel:** Pivovary Topvar, a.s.  
**Přihlašovatel:** Pivovary Topvar, a.s.  
**Autor:** Matej Táborský  
**Materiály:** Papier  
**Použití exponátu:** Pilsner Urquell XMAS - Table Tent

**Charakteristika exponátu:** Ide o papierový stojanček na stoj, kde oprezentovávame mechaniku promoakcie. Zámerom tohoto stojančeka bolo minimalizovať priestor, ktoré bežné stojančeky uberajú na stole spotrebiteľom. V rámci tohoto stojančeka je pripravený priestor, kde sa umiestni držiak/stojan na podpivníky. Zároveň sa na stojančeku odprezentuje promoakcia.



**25**

## **CIDERFESTIVAL KARTONOVÝ STOJAN**

- Zadavatel:** Plzeňský Prazdroj, a. s.  
**Příhlašovatel:** Plzeňský Prazdroj, a. s.  
**Autor:** Addict Agency s.r.o. / Plzeňský Prazdroj, a. s.  
**Materiály:** Karton  
**Použití exponátu:** Hypermarkety a supermarkety

**Charakteristika exponátu:** Tento stojan byl vyvinut v rámci aktivity Ciderfestival, která měla za cíl představit kategorii ciderů novým zákazníkům a posílit pozici u stávajících nakupujících. Úkolem stojanu bylo odprezentovat na jednom stojanu dva poměrně odlišné produkty. Sice se jedná o cidery, avšak chuťový profil je značně odlišný a stejně pak komunikace značek. Stojan se s tímto problémem vypořádal rozdělením na poloviny a komunikací skrze dva odlišné světy. Klíčový vizuál stojanu tedy rozděluje cidery na party (Frisco) a na piknik či relax (Kingswood). Navíc stojan umožnil prodávat i třetí cider, Kopparberg, který je umístěn formou kartonového příživníku po straně. Stojan pojme až 100 ks produktů po naplnění. Díky umístění vícero značek, stojan byl na prodejní ploše ponechán delší dobu než pouze stojan s jednou značkou a zároveň se pak zvýšila šíře distribuce.

**26**

## FRISCO RELAUNCH KARTONOVÝ STOJAN

- Zadavatel:** Plzeňský Prazdroj, a. s.
- Přihlašovatel:** Plzeňský Prazdroj, a. s.
- Autor:** Fallon / Plzeňský Prazdroj, a. s.
- Materiály:** Karton
- Použití exponátu:** Hypermarkety a supermarkety

**Charakteristika exponátu:** V rámci znovu uvedení Frisca na trh jako cider jsme připravili celou sadu POSM materiálů v čele s tímto stojanem. Stojan plně koresponduje s novou komunikací stylového cideru na party. Díky dostatečnému počtu polic je možné sjednotit celou řadu Frisco nápojů, a umístit do jednoho stojanu. Stojan také separátně komunikuje novou příchut' - Frisco Lesní ovoce. Do stojanu se dá bez problému umístit až 100 ks lahvíček produktu.



**27**

## KINGSWOOD KARTONOVÝ STOJAN

- Zadavatel:** Plzeňský Prazdroj, a. s.  
**Příhlašovatel:** Plzeňský Prazdroj, a. s.  
**Autor:** Addict Agency s.r.o. / Plzeňský Prazdroj, a. s.  
**Materiály:** Karton  
**Použití exponátu:** Hypermarkety a supermarkety

**Charakteristika exponátu:** Pro podzimní aktivaci cideru Kingswood jsme navrhli komplexní komunikaci, jež je v kanále OFF Trade vedena tímto stojanem. Komunikaci připomínáme, že podzimní sklizeň jablek je období, kdy se mimo jiné jablka sbírají pro přípravu cideru, čili sady se dostávají do sudu. Stojan tak díky podzimnímu vizuálu a velkému sudu připomínají toto období před koncem roku. Stojan je však plně funkční a dá se na něj umístit až 50 lahvíček cideru Kingswood. Zároveň umožňuje jednoduchou manipulaci s produktem včetně bezproblémového doplňování.



## PALETOVÉ VYSTAVENÍ JAGERMAISTER

- Zadavatel:** Remy Cointreau Czech Republic, s.r.o.  
**Příhlašovatel:** Dago, s.r.o.  
**Autor:** Dago Team  
**Materiál:** Karton, lamino, plast, dubond, diody, umělé listy  
**Použití exponátu:** Hypermarkety

**Charakteristika exponátu:** Pro podzimní akci značky Jagermeister jsme vytvořili tematicky i designově originální a unikátní vystavení, které bylo následně na prodejních pro několik řetězců různě velikostně adaptováno. Veškeré obměny vychází z hlavního, velmi zajímavého a neotřelého prvku. Tím je „origami“ skládaný jelen, který je složený z jednoho kusu dibondové desky. Celkové provedení nádherně barevně doplňují umělé stromy v podzimních barvách. Tím však škála detailů teprve začíná, protože se nezapomíná ani na správnou teplotu servírování nápoje. Proto je součástí vystavení vždy mrazák, ze kterého si zákazníci mohou láhve také odebrat. Skutečně nepřehlédnutelnou realizaci ještě vyzdvihuje kombinace oranžového a bílého LED svícení. V místě prodeje je vystavení doplněno o další navigační druhy POS (rukávy na bezpečnostních bránách, navigační podlahové samolepky).

**28**



## IQOS

<b>Zadavatel:</b>	PHILIP MORRIS ČR a.s.
<b>Příhlašovatel:</b>	STORY DESIGN, a.s.
<b>Autor:</b>	Ondra Raška
<b>Materiály:</b>	kombinace dřeva (masivu), plastu, lakované MDF, kovu a pravého živého skandinávského mechu

**Použití exponátu:** PPOSM v místě prodeje.

- Statická - fixně umístěná - v kategorii tabáky a čerpací stanice, LAMP (legal age meeting point) - hospody, kluby, kavárny atp.
- Mobilní (promostolky, totemy) - v kategorii tabáky, čerpací stanice, LAMP (legal age meeting point) - hospody, kluby, kavárny atp.
- Pop-up - vytvoření místa prodeje - umístění v nákupních centrech, na konferencích, eventech.

**Charakteristika exponátu:** PPOSM materiály pro uvedení nové revoluční kategorie a produktu IQOS a tabákových náplní Heets na český a slovenský trh. Zajištění viditelnosti a oddělení od tradiční kategorie cigaret na regálech v prodejnách. Důraz na čistotu, eleganci, přirozenost a přírodu, která odráží vlastnosti produktu - bez ohně, bez kouře, bez popela, bez zápachu po cigaretách a s opravdovou chutí tabáku, který se nepálí, ale nahřívá. Propojení viditelnosti technologie a tabákových náplní pro pochopení celé kategorie dospělým kuřákem. Pop-up - navození prostředí, které je příjemné, útulné a pohodové a umožní dospělému kuřákovi vyzkoušet si novou kategorii a produkt IQOS a otevřít se změnám.



## UNIKÁTNÍ KARTONOVÝ STOJAN PARDÁL

**Zadavatel:** Budějovický Budvar, n.p.

**Příhlašovatel:** Dago, s.r.o.

**Autor:** Dago Team

**Materiál:** Karton, plyš

**Použití exponátu:** Hypermarkety

**Charakteristika exponátu:** Kartonový stojan na lahve a plechovky piva značky Pardál je důkazem toho, že ani ryze produktovému vystavení nemusí chybět nápad a neotřelý způsob podpoření image brandu. DAGO tým připravil konstrukci, která nabízí velkorysou zásobu produktů pro žíznivé nakupující, ale zároveň vtipně podpořil ikonický prvek brandu, který značku provází od jejího vzniku. Plyšové pardálí ocasy, které ovinutím drží makety plechovky a láhve, jsou vynikajícím zviditelněním celého vystavení. Tato designová část stojanu zajišťuje brand image společně s dekorem kartonové konstrukce v podobě červených dřevěných prken. Následně logo značky celé vystavení čistě a minimalisticky uceluje.



30

**31**

## RECIPE & MIXING STAND

**Příhlašovatel / Applicant:**

ATS Display Sp. z o.o.

**Zadavatel / Advertiser:**

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

**Autor/ Author:**

ATS Display Sp. z o.o.

**Použité materiály /**

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

Kov, dřevo, překližka  
Metal, wood, plywood

**Použití exponátu / Where and how has it been used:**

Moderní maloobchodní síť: hypermarkety, supermarkety  
Modern network: hypermarkets, supermarkets

**Charakteristika / Exhibit description:**

Cílem této realizace bylo představit nápoje Coca-Cola na jednom místě společně s doplňkovými produkty, jako jsou alkoholické nápoje, limetky, tabasco omáčky a podpořit konzumaci těchto nápojů. Recepty na nápoje umístěné na magnetických fóliích a letáčích slouží k podpoře nákupu každého z vystavených výrobků. Kromě toho umožňuje stojan zobrazit jakýkoli reklamní obsah a také inspiruje zákazníky k vyzkoušení receptů na nápoje.

The aim of this product was to display Coca-Cola beverages in a single place along with complementary products such as alcohol, lime, tabasco sauces and encourage the use of these drinks. Recipes for the drinks placed on magnetic foils and leaflets encourage the purchase of each of the exhibited products. In addition the tablet may display any advertising content as well as enables customers to check drink recipes.





## REGÁLOVÉ ČELO JACK DANIEL'S

**Zadavatel:** Brown - Forman Czechia, s.r.o.

**Příhlašovatel:** Dago, s.r.o.

**Autor:** Dago Team

**Materiál:** Dřevo, karton, diody

**Použití exponátu:** Hypermarkety

**Charakteristika exponátu:** Letos tomu bylo 125 let, kdy pan Jack Daniel poprvé otevřel dveře svého legendárního Red Dog Saloon, a na oslavu tohoto výročí byla také na český trh uvedena limitovaná edice Jack Daniels RED DOG Saloon Whiskey. Jako podporu v místě prodeje vytvořil DAGO tým regálový modul, jehož podoba mohla nakupující přenést aspoň na chvíli prostorem - do města Lynchburg, v Tennessee, kde na náměstí stával zmíněný bar, plný hudby a konverzace. Pro uskutečnění zmíněné cesty byly navrženy dřevěné lítačky ve spodní části vystavení. V horní části nápadité realizace bylo zkombinováno vystavení tzv. „hero“ produktu na osvětleném sudovém dně s vystavením merchandisingu, který nákupní promoakci doplňoval.

**32**





33

## COCTAIL TRUCK BORCO



<b>Zadavatel:</b>	Borco GmbH & Co
<b>Přihlašovatel:</b>	STI Česko s.r.o.
<b>Autor:</b>	STI Česko s.r.o.
<b>Materiály:</b>	Karton, vlnitá lepenka
<b>Použití exponátu:</b>	v interiéru

### Charakteristika exponátu:

BORCO přiváží bar s koktejly až k Vám

Ať už dává každý z nás přednost jiné značce - Sierra Tequila, Russian Standard, Parliament Vodka nebo Finsbury Gin - všechny alkoholické nápoje od společnosti BORCO přináší díky své prvotřídní kvalitě maximální požitek a jsou důležitou ingrediencí oblíbených koktejlů. Zejména v letních měsících si spotřebitelé svůj oblíbený drink chtějí vychutnat nejen v barech, ale také doma. Společnost Borco prezentuje v období od května do října své produkty v místě prodeje zajímavým a neotřelým způsobem – pomocí kamionu z vlnité lepenky. Tato forma prezentace byla navržena a zvolena záměrně s odkazem na kamiony či přívěsy, ve kterých se prodávají nápoje a občerstvení, a které jsou nedílnou součástí oblíbených letních akcí, ať už jde o festivaly, městské slavnosti, různé trhy apod. V kamionu jsou prezentovány všechny produkty společnosti BORCO, které jsou vhodné pro míchání koktejlů. Bohatý výběr přináší spoustu možností a inspirace. Potřebné barmanské know-how, jako např. postup a seznam všech dalších ingrediencí, nebo tipy na další koktejly přináší kartičky s recepty, které jsou k dispozici v automatu, který je součástí displeje. Neobvyklá konstrukce tohoto vystavení zaujme jednoduchým a přítom okouzlejícím designem. Elegantní černá v kombinaci s výraznými světlými nápisy podtrhuje vysokou kvalitu výrobků. Plakát "Cocktail Truck" je viditelný už z dálky a vzbuzuje zájem nakupujících. Otevřená stříška „zve dál“ a podporuje tak impulsní nákupy. Konstrukce zohlednila přístup STOP - HOLD - CLOSE: vystavení musí být viditelné ze vzdálenosti 10 metrů, informovat ze vzdálenosti 3 metry a motivovat k nákupu ze vzdálenosti 1 metr. Součástí prezentace byla také soutěž o exkluzivní stolní gril. Díky tomuto propojení se kampaň stala ideální tematickou propagací. Samotný gril byl prezentován v kapotě kamionu, tzn. přímo na očích nakupujícím, což výrazně zvýšilo počet účastníků soutěže – stačí jen vzít si přihlášku, vyplnit ji a odevzdat na informacích. Tato soutěž nabídla kupujícím jasné spojení: S produkty BORCO mohou svým hostům při grilování nabídnout zároveň vynikající nápoje.



## COCA COLA MENU HOLDER

**Zadavatel:** Coca-Cola HBC Austria GmbH

**Příhlašovatel:** YASHICA s.r.o.

**Autor:** YASHICA s.r.o.

**Materiály:** Plast, kov

**Použití exponátu:** Restaurace, bary, hospody a jiná zařízení, kde jsou koncovým klientům nabízeny produkty v nabídce Coca Cola Austria.

**Charakteristika exponátu:** Menu holdery využívá klient v restauracích, barech a podobných zařízeních, kde se nabízejí a prodávají produkty zadavatele. Do holderu se vloží tištěná menu nabídka s produkty. Holder má ve své spodní části zabudovaný kovový prvek, který slouží jako závaží stojánku proti převrácení.



## SRDCOVKA

- Zadavatel:** Plzeňský Prazdroj, a.s.  
**Příhlašovatel:** Plzeňský Prazdroj, a.s.  
**Autor:** Ing. arch. Šimon Brnada  
**Materiály:** Postaršené dřevo, nerez, beton, cihla

**Použití exponátu:** Nová podoba konceptových hospod značky Gambrinus

**Charakteristika exponátu:** Koncept interieru je založen na atmosféře industriálního designu. Řešení prostoru, materiálu, detailů a povrchů by mělo hostovi přiblížit prostředí pivovaru - dát mu pocit, že je u "zdroje" piva - přímo v technologických prostorech pivovaru. Není to však o historizujícím prostředí dřevěných sudů, měděných pánví a koňských povozů. Je to o moderních, současných technologiích, jednoduchém utilitárním designu, jenž je ale v prostoru, který už něco pamatuje, který dýchá historií, zkušenostmi generací lidí, kteří vaří poctivé pivo srdcem. Interier nesmí působit sterilně, příliš nově, studeně. Naopak musí mít určitou patinu - staré dřevo ošlehané větrem a sluncem, otlučená cihelná zeď nahrubo zabílená vápnem i přes opravovaná místa a zahozené šlíc, opotřebenost - kartáčované desky stolů, aby vylezly léta a kresba dřeva, rukodělnost - prošívání kožených řemenů držících polštáře lavic reznou nití, hmoždíkové spoje v deskách stolů, masivnost a bytelnost - masivní dubové desky, podnoží z ocelových U profilů, olejované dubové parkety jako v sokolovně. A toto vybalancováno s "továrními, průmyslovými" detaily - použití montážních lamp, lan, kladek pro svítidla, práce s trubkami, fitinkami, ventily na rozvodech pro osvětlení - evokujícími pivovarskou technologií, betonovou průmyslovou podlahou, se šmouhami, patinou - v přední části prostoru, detaily vypalování log a motivů Patrona letlampou přes šablonu na obložení a stoly, válečkováání obrázků a log přes šablony. Středem prostoru pak prochází zeď s jakýmsi "komiksem" a příběhem lidí z pivovaru Gambrinus o jejich dlouholeté poctivé práci a o tom, že Gambrinus je pro ně srdcovou záležitostí. A tím by se Srdcovka měla stát i pro její hosty.

**35**



## SERVÍROVACIA TÁCKA PLATINUM

- Zadavateľ:** St. Nicolaus a. s.  
**Prihlašovateľ:** ROSS s.r.o.  
**Autor:** ROSS s.r.o.  
**Materiály:** HPS, hliník, LED, plast  
**Použití exponátu:** Servírovanie nápojov

**Charakteristika exponátu:** Tácka je v "nepracovnom" stave uzavretá a pôsobí ako model fľaše reálneho produktu. Minimálne priestorové nároky pre jej umiestnenie umožňujú vhodne využiť priestor baru na podporu značky a produktu. Po odomknutí uzáveru a roztvorení, môžeme do polovičných fliaš servírovať poháre s nápojom. Bezpečnú manipuláciu s plnou táckou zabezpečuje integrovaný organizátor pohárov. V dne osadené LED svietidlá a batérie zase zvyšujú emócie pri samotnom servírovaní nápojov. Tácka je vyrobená lisovaním striebornej HPS s grafickou povrchovou úpravou, doplnená o potrebné elektro a spojovacie prvky.

**36**



## LAMP CUP

**Zadavatel:** Brand Factory Danmark A.S.

**Přihlašovatel:** ROSS s.r.o.

**Autor:** ROSS s.r.o.

**Materiály:** porcelán, plast,

**Použití exponátu:** Osvetlenie interiéru obchodu

**Charakteristika exponátu:** Lamp cup je jedinečné a nápadité svetidlo vyrobené z reálnej porcelánovej šálky vhodnej veľkosti. Vodným lúčom je vyrezaný otvor cez podšálku a šálku a následne sú nainštalované elektrické diely svetla. Dizajnový návrh a jedinečné riešenie s použitím reálneho šáľkového setu a nie napodobeniny sme vyrábali do siete hypermarketov pre sekciu kávy na Dánsky trh.

**37**



## SIS ZEWA KOUPELNA

**Zadavatel:** SCA Hygiene products s.r.o.

**Přihlašovatel:** Authentica, s.r.o.

**Autor:** Authentica, s.r.o.

**Materiál:** karton, plast

**Použití exponátu:** vystavení v prodejně Ahold Praha - Štěrboholy

**Charakteristika exponátu:** Vyhraďte vysněnou koupelnu se Zewou! Tak zněl slogan soutěže, která probíhala v srpnu 2017 v prodejnách sítě Ahold po celé České republice. Hlavní cenou byla rekonstrukce koupelny v hodnotě 150 tisíc korun.

A právě na tuto exkluzivní soutěž měla zákaznicky upoutat velmi zdařilá realizace mini-koupelny z kartonu. Díky oboustranné komunikaci plní funkci reklamního poutače a zároveň slouží k vystavení a odběru produktů.

**38**



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY  
**DROGERIE, KOSMETIKA**



**POPAI  
AWARDS**

**39**



## STOJAN NIVEA PRO DROGERIE

- Zadavatel:** Beiersdorf spol. s r.o.  
**Přihlašovatel:** Authentica, s.r.o.  
**Autor:** Authentica, s.r.o.  
**Materiál:** Lakovaný kov, akrylát, PET, HPS, karton  
**Použití exponátu:** Řetězce ROSSMANN a nezávislé drogerie

**Charakteristika exponátu:** Cílem projektu bylo vytvoření atraktivního permanentního stojanu na podporu prodeje kosmetiky NIVEA. Hlavní důraz byl kladen na prémiovost a odlišení produktů od konkurence. Dalším kritériem byla variabilita stojanu na místě prodeje. Toho jsme docílili detailně promyšlenou konstrukcí a použitím kvalitních materiálů. Jednoduše se dá vyměnit levá a pravá bočnice podle momentálního umístění stojanu na obchodě. Výměnné brandy dodávají stojanu praktičnost a možnost dlouhodobého vystavení. Jemnou hrou barev značky NIVEA jsme docílili kosmetického vzhledu a rozpoznatelnosti značky na první pohled.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY  
**DROGERIE, KOSMETIKA**



**POPAI  
AWARDS**

**40**



## STOJAN ZEWA MOIST

**Zadavatel:** SCA Hygiene products s.r.o.

**Příhlašovatel:** Authentica, s.r.o.

**Autor:** Authentica, s.r.o.

**Materiál:** karton + LED

**Použití exponátu:** Globus ČR

**Charakteristika exponátu:** Stojan Zewa Moist komunikuje použití klasického a vlhčeného toaletního papíru a jejich výhody. Dominantním prvkem komunikace je pak typická role odmotávajícího se toaletního papíru.

Topkarta stojanu je doplněna o LED blikačky, které poukazují na jednotlivé kroky používání vlhčeného toaletního papíru.





**41**



## VENUS - GLOBUS

**Zadavatel projektu:** Procter&Gamble  
**Příhlašovatel:** DEKOR, spol. s r.o.  
**Použití exponátu:** síť hypermarketů Globus ČR (15 prodejen)

**Charakteristika exponátu:** Originální řešení pro zviditelnění prémiových produktů dámského holení Venus, orientaci zákazníka v sortimentu a v neposlední řadě edukaci o benefitech jednotlivých produktových řad.

Cílem úsilí marketingových i designových specialistů bylo tentokrát zviditelnit celý segment, zvláště dámské a pánské holení.

Prvním benefitem instalace je zlepšení zákaznické orientace v prodejním prostoru sítě Globus. Dalším prvkem zlepšujícím orientaci již v rámci dotčeného segmentu je modulární lištový systém vymezující jednotlivé doplňkové kategorie produktů jako gely, pěny atd.

Velkou výzvou tohoto projektu bylo vytvoření systému Touch&Feel jednotek, umožňujících zákazníkovi "osahat" si jednotlivé holicí strojky a zároveň zajistit uživatelskou bezpečnost i ochranu před odcizením. Prémiové varianty strojků jsou navíc umístěny na prosvícených plastových jednotkách (plexisklo + HPS). Každá z nich je také opatřena edukačním popisem výhod daného typu strojků. Jejich břity jsou opatřeny speciální laminací proti pořezání. Strojky jsou přitom spojeny s T&F jednotkami pomocí pull-boxů na imbusový zámek.

High-lightem celé instalace je otočná a osvětlená VIP zóna, která má za úkol upoutat zákaznickou pozornost k nejprémiovějšímu produktu dané kategorie - Gillette Proshield a Venus Swirl.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY  
PÉČE O ZDRAVÍ



POPAI  
AWARDS

42

## PRODEJNÍ STOJAN NA LÁHVE FREEWATER

**Zadavatel:** FreeWater s.r.o.  
**Příhlašovatel:** Paketo.one / G.N.P. spol. s r.o.  
**Autor:** PAKETO team / Freewater  
**Materiály:** vlnitá lepenka

**Použití exponátu:** Zadavatel společnost FreeWater pomocí reklamního poutače prezentuje a zároveň podporuje prodej ekologicky šetrných plastových láhví v tuzemsku i zahraničí. Produkty FreeWater jsou vyrobeny z materiálů užívaných ve zdravotnictví, tedy bez změkčovadel, těžkých kovů, ftalátů, bisfenolu či jiných toxických látek. Bylo vyrobeno několik jazykových mutací.

**Charakteristika exponátu:** Displej je specifický díky policím s kruhovými výřezy na jednotlivé láhve. Přesné výřezy láhve dokonale fixují a zabraňují jejich vypadnutí, případně shození vedlejších lahví z displeje. Díky tomu mohou být láhve uspořádány těsně vedle sebe. Displej je vyroben pouze z ekologicky příznivého materiálu - vlnité lepenky - je lehký, ale stabilní. Displej je celoplošně potisknutý. Součástí displeje je kapsička na propagační materiály.





TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY  
PÉČE O ZDRAVÍ



POPAI  
AWARDS

43

## VEROVAL PODLAHOVÝ STOJAN

- Zadavatel:** Hartmann ČR a SK  
**Přihlašovatel:** Authentica, s.r.o.  
**Autor:** Authentica, s.r.o.  
**Materiál:** akrylát, hliníková konstrukce, polep folií  
**Použití exponátu:** lékárny

**Charakteristika exponátu:** Značka Veroval® od společnosti HARTMANN právě přichází s vůbec první ucelenou řadou moderních diagnostických přístrojů a domácích diagnostických testů na našem trhu. Veroval® je tak nyní synonymem pro skutečně komplexní domácí diagnostiku. Veroval je spolehlivá 360° značka osobní diagnostiky, která přichází z lékáren přímo do domácností. Je určena pro lidi, kteří mají zájem sledovat své zdraví.

Pohled designera k návrhu řešení: Hliníková konstrukce s plastovým brandingem, stojan je využitý pro produkty zaměřené na střední a starší věkovou kategorii, s možností otestování výrobku přímo na prodejně. Vzdušné a čisté řešení designu je vhodně skloubené s materiálovou řadou výrobku a vhodně doplněné barevným provedením. K zabezpečení produktu slouží mechanické jojo s navjímím.

Snažili jsme se navrhnout stojan, který by působil ladně, ale zároveň stabilně. Výběr barevného provedení souvisí s barvou produktové řady. Pestré barevné provedení je použité i z důvodu vizibility na lékárnách.





TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY  
PÉČE O ZDRAVÍ



POPAI  
AWARDS



## T & F UNIT ORAL - B

**Zadavatel:** Procter & Gamble - Rakona, s.r.o.

**Přihlašovatel:** Dago, s.r.o.

**Autor:** Dago Team

**Materiál:** Lakovaná MDF, LED, PMMA

**Použití exponátu:** Hypermarkety

**Charakteristika exponátu:** Prezentační jednotka s aktivní nabídkou vybraného portfolia elektrických kartáčků Oral - B s jasnou komunikací benefitů. Umístění v prodejnách se spotřební elektronikou.

44



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY  
PÉČE O ZDRAVÍ



POPAI  
AWARDS



## TETA LÉKÁRNA

- Zadavatel:** Solvent ČR s.r.o.  
**Příhlašovatel:** MORIS design s.r.o.  
**Autor:** MORIS design - Ondřej Brádka, Thibault Schubel  
**Materiály:** Přírodní materiály - dřevo, sklo, látky  
**Použití exponátu:** Síť lékáren Teta

45

**Charakteristika exponátu:** Teta lékárna je nová značka, která se nebojí měnit zaběhlé přístupy prodeje v lékárnách. Elegantní čekací a odpočinková zóna, ochutnávka prodávaných čajů, dermo-koutek, přírodní sekce bylinek a především samoobslužný prodej - to jsou prvky, které zpříjemňují zpravidla chladné a neútné lékárnické prostředí. Kromě léků na předpis, mohou zákazníci vybírat a nakupovat ostatní produkty zcela přirozeně. Unikátní sekce "bylinky" je věnována zdravé výživě a čajům. Poznáte ji jednoduše podle stromu, který tvoří dominantu celého prostoru. Můžete se pod něj schovat, usednout, načerpat novou energii a ochutnat k tomu šálek čaje. Dřevěné dekorace, decentně nasvícené látky koruny stromu postupně přechází do kmene, který skrývá efektně instalovaný čajovar. V dermo-koutku můžete využít odborné konzultace a dermatologické vyšetření. Získáte tak naprosto přesné doporučení pro tu nejvhodnější dermo-kosmetiku, která Vám bude vyhovovat. Mezi prvky, které ocení obsluhující personál, patří flexibilní magnetická značení regálů. Jejich záměna zabere jen pár vteřin. Pod čajovarem je ukrytý koš s dostatečně velkým zásobníkem proti nechtěnému rozlití čaje. Design lékáren je již z dálky naprosto čitelný. Celý prostor evokuje příjemnou a teplou atmosféru. Orientaci v prodejně řeší dvě vrstvy navigace - dálková a dílčí, kterým ještě napomáhají designová svítidla nad důležitými body prodeje. Pohodlí zákazníků zajišťuje diskrétní zóna před tárou, která decentně ukazuje směr nákupu. Celý koncept vznikl téměř 2 roky, byly vyvinuty desítky prototypových řešení. Pro dokonalé otestování byly postaveny 2 kompletní prototypové prodejny. Design lékárny koresponduje s pobočkami Teta drogerií, ale navíc obsahuje řadu vylepšení a nových poznávacích prvků.

**46**

## OPTISCONT

- Zadavatel:** Optiscont s.r.o
- Příhlašovatel:** MORIS design s.r.o.
- Autor:** MORIS design - Ing. Petr Tošovský
- Materiály:** přírodní materiály - luxusní prvky v dekoraci dřeva, skla a designová svítidla
- Použití exponátu:** Prodejny Optiscont, ordinace očních lékařů

**Charakteristika exponátu:** Design, který je přehledný, komfortní, luxusní a především vyzývající k interakci se zákazníkem. U interiéru Optiscont se podařilo propojit všechny tyto funkce do designově čistého prostředí, za použití kontrastu přírodních materiálů. Prezentační panely jsou dokonale nasvětleny a vizuálně odděleny od zbytku prodejny. Jejich kategorizace je zřetelná jak z větší vzdálenosti, tak z téměř kontaktní blízkosti zákazníka. K pohodlí při zkoušení jsou, jako přidaná hodnota, vždy na dosah ruky poličky k odkládání zkoušených obrouček, věšák na tašku a zrcadlo. Design primárně cílí na to, že i nákup takové intimní věci jako jsou brýle, může být příjemný zážitek a svým způsobem společenská záležitost. Zákazníci se cítí absolutně komfortně, aniž by museli udělat jediný nejistý krok při výměně obrouček. Středové části panelu dominuje kulatá nástavba s podsvětlenými policemi, určená pro promovany prodej vybraných obrouček. Spojením citlivě umístěné komunikace, rafinovanou strukturovanou stojanu a navozením luxusního prostředí bylo vytvořeno dokonalé prostředí, které zákazníka nenechá odejít z prázdnou. Výsledkem redesignu pobočky je navýšení tržeb o téměř 50 %. Celkově je koncepce modulární, je tedy možné ji replikovat vedle sebe do řady, vždy podle prostorových možností prodejny.



## ATYPICKÝ 3D STOPPER HAMMERITE

**47**

**Zadavatel:** Akzo Nobel Coatings CZ, s.r.o.  
**Příhlašovatel:** Dago, s.r.o.  
**Autor:** Dago Team  
**Materiál:** Pryskyřice, dřevo, reálná plechovka barvy  
**Použití exponátu:** Prodejny barev

**Charakteristika exponátu:** Zadáním klienta bylo upozornit zákazníky na novou službu namíchání si vlastního odstínu barvy. DAGO tým tedy musel navrhnout takový typ stopperu, který by opravdu dobře fungoval v reálném prostředí obchodu, kde se často zákazník setká s nekonečnými řadami plných „stejných“ plechovek. Výsledkem byl návrh, jehož funkčnost pro upoutání pozornosti je opravdu neoddiskutovatelná. Stopper s vytékající barvou přitahuje zájem nakupujících a to právě v místě, kde je nová služba míchání odstínu nabízena. Atypičnost řešení klasického P.O.P. prostředku v realistickém 3D provedení vedla k úspěšné a pozitivní odezvě ze strany prodejců i zákazníků.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY  
**DOMÁCÍ POTŘEBY,  
BYTOVÉ DOPLŇKY, HOBBY**



**POPAI  
AWARDS**

**48**

## PODLAHOVÝ STOJAN MULTINÁŘADÍ

**Zadavatel:** ALBI Česká republika a.s.

**Přihlašovatel:** HORMA - P.O.P. Displays

**Autor:** HORMA - P.O.P. Displays

**Materiály:** kov, plast

**Použití exponátu:** interiérový prodej

**Charakteristika exponátu:** Originální stojan pro originální produkt? Žádný problém! Pro našeho zákazníka jsme navrhli tento minimalistický, ale zároveň jedinečný stojan. Stojan se svými kompaktními rozměry a otočným systémem lze snadno umístit do každé prodejny, přičemž zaručeně upoutá Vaši pozornost.







TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY  
**DOMÁCÍ POTŘEBY,  
BYTOVÉ DOPLŇKY, HOBBY**



**POPAI  
AWARDS**



**49**

## **PREZentaČNÍ DISPLEJ NA VÁNOČNÍ BAŇKY IRISA**

**Zadavatel:** IRISA, výrobní družstvo

**Přihlašovatel:** PAKETO.ONE / G.N.P. spol. s r.o.

**Autor:** PAKETO team / IRISA

**Materiály:** Vlnitá lepenka

**Použití exponátu:** Kartonový stojan slouží k podpoře prodeje ručně vyráběných a malovaných vánočních baňek a špic společnosti IRISA.

**Charakteristika exponátu:** Prodejní stojan je vyroben z pevné vlnité lepenky. Cílem bylo vyrobit stojan, který bude stabilní, nechá vyniknout krásu samotných baňek a podpoří prodejnost. Třpytivé vánoční baňky upoutají pozornost samy v případě, že budou ve stojanu dobře vidět. Z tohoto důvodu je na displeji aplikována jednoduchá a nevýrazná grafika. Pro bezpečnou prezentaci a zároveň dobrou dostupnost při prodeji byly použity kovové háčky, na kterých jsou ručně vyráběné baňky zavěšeny. Stojan má funkci výstavní, prezentační a zároveň slouží jako nákupní regál. Na displej lze vystavit až 210 baňek a 35 špic.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY  
**DOMÁCÍ POTŘEBY,  
BYTOVÉ DOPLŇKY, HOBBY**



**POPAI  
AWARDS**

**50**



## **SAPELI STOJAN NA KATALOGY**

**Zadavatel:** Sapeli a.s. Jihlava

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

**Použití exponátu:** komunikace a předávání tiskových podkladů pro zákazníky v prodejních místech, výroba 50 ks

**Charakteristika exponátu:** Stojan byl určen jako první nového typu, který měl odrážet novou koncepci marketingu pro zákaznický servis a sjednocení budoucí série koncepčně podobných stojanů jak v otázce designu, tak provedení. Stojany se prezentují jako moderní pojetí komunikace pro potřeby výběru zákazníků s prémiovým designem.

Stojan na katalogy a tiskoviny v kombinaci DTDL dekor kanadský ořech, MDF lakovaná podle logotypu, kovové profily s povrchovou úpravou práškovou barvou a ohýbané akrylové police. Barvy v souladu s logotypem a podle požadavků zákazníka. Stojan má dvojí použití jako podlahový či stolní, podle aktuální potřeby v prodejních místech.



## ZASTŘEŠENÍ TERAS CORSO

<b>Zadavatel:</b>	Alukov a.s.
<b>Přihlašovatel:</b>	PRAM Consulting s. r. o.
<b>Autor:</b>	Alukov a. s.
<b>Materiály:</b>	Alukov a. s.

**Použití exponátu:** Posuvné zastřešení terasy CORSO je vystaveno na showroomu v Praze v reálné velikosti. Vybavené tak, aby ukázalo, co všechno můžete ze své terasy udělat. Uvnitř terasy je luxusní nábytek, designové a umělecké doplňky, je zde zařízený prostor pro grilování, najdete zde květiny a různé ozdoby. Součástí výbavy zastřešení je i výběr časopisů, ve kterých se o ALUKOVU píše. "Chcete se takto cítit i u sebe doma?" Potom si o své vizi popovídejte s prodejním poradcem, nad šálkem kávy nebo horkého čaje a stále pod zastřešením, kde můžete názorně ukazovat, co se vám líbí a co ne. Je tak jen na zákazníkovi, aby se nechal inspirovat a hýčkat představou o své vysněné zastřešené terase, která se promění v reálnou.

**Charakteristika exponátu:** Posuvné zastřešení CORSO umožňuje úplné nebo částečné uzavření terasy a dává možnost tak udělat z terasy plnohodnotnou místnost. Terasu si přizpůsobíte účelu, který právě požadujete s ohledem na roční období, aktuální počasí i charakter akce, kterou na terase plánujete. Díky posuvnému systému jednotlivých částí zastřešení získáte otevřený prostor například pro grilování nebo relaxaci pod sluncem, polootevřenou terasu pro volný přístup do zahrady nebo úplně uzavřenou zimní zahradu. Snadnost ovládacích prvků lze vyzkoušet přímo na sériově vyráběném zastřešení v showroomu. Ten Vám poskytuje inspiraci pro výběr barvy zastřešení a další výbavy, např. moskytiéry, odvětrávacího okna, samostatného vchodu pro domácí mazlíčky nebo stínění proti slunci ve střeše a v bocích. Také máte v showroomu dostatek času k vytvoření představy, jak bude zastřešení na Vaší terase vypadat, technické detaily Vám ochotně vysvětlí přítomný odborný personál.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY  
**DOMÁCÍ POTŘEBY,  
BYTOVÉ DOPLŇKY, HOBBY**



**POPAI  
AWARDS**



**52**

## PHILIPS VYSAVAČ OSTROVNÍ STOJAN

- Zadavatel:** PHILIPS s.r.o.  
**Příhlašovatel:** Authentica, s.r.o.  
**Autor:** Authentica, s.r.o.  
**Materiály:** dřevo - lamino, Led osvětlení, Tv, plasty  
**Použití exponátu:** řetězec elektro-prodejen

**Charakteristika exponátu:** Brief od zákazníka se vyvíjel docela složitě a dlouze neboť bylo zapotřebí spojit dva elektro řetězce a tedy různé typy vystavení. Ve finále se realizovaly dva typy stojanů: jeden endcapový / regálový na dva vysavače a druhé řešení je prostorový display na 3 vysavače. My vám představujeme variantu prostorového řešení stojanu.

Design vyplynul z požadavku klienta na prostorový stojan pro 3 vysavače. Velmi vizibilní trojhranný sloup upoutá pozornost a poslouží pro vystavení produktů. Kruhová podstava zaručí dobrou přístupnost k vystavenému zboží a světelné lemování odliší tento stojan od ostatních prvků na prodejně. Vizibilita stojanu je lepší díky hornímu brandu a také díky TV umístěné z druhé strany, kde běží video smyčka, která seznamuje zákazníky s výhodami vystavených produktů.

Stojan musel splňovat mnoho kritérií pro dané řetězce. Tj. limitovaná výška a také požadavek na bezpečnost a variabilitu stojanu pro využití vystavených produktů během promo akcí. Zapojení do zásuvky je tedy řešené ve skryté skřínce uvnitř stojanu, s dvířky na magnetky.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY  
**DOMÁCÍ POTŘEBY,  
BYTOVÉ DOPLŇKY, HOBBY**



**POPAI  
AWARDS**

**53**

## STAND DC

**Příhlašovatel / Applicant:**

ATS Display Sp. z o.o.

**Zadavatel / Advertiser:**

Aries Power Equipment Sp. z o.o.

**Autor / Author:**

ATS Display Sp. z o.o.

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

Kovová konstrukce s černým materiálem slatwall. Plastové boční strany s tištěným sloganem  
Metal construction with black slatwall. Plastic sides with printed slogan

**Použití exponátu / Where and how has it been used:**

Specializované prodejny pro kutily a řemeslníky / Specialized building and DIY shops

**Charakteristika / Exhibit description:**

Pevný a působivý stojan je součástí sady elektrických nástrojů a příslušenství značky Honda. Displej prezentuje velké elektrické nástroje japonského výrobce a zdůrazňuje slogan společnosti: "The Power of Dreams".

The solid and eye-catching display is a part of set of Honda power tools and accessories. Displays exposes heavy power tools of the Japanese manufacturer and emphasises the company's slogan: "The Power of Dreams".





## THORNECO POS TOWER

**Zadavatel:** Zumtobel Lighting

**Přihlašovatel:** SÁRA s.r.o.

**Autor:** SÁRA s.r.o.

**Materiály:** LTD, OSB, dibond

**Použití exponátu:** Cílem exponátu je prezentovat fungující LED produkty značky THORNeco. Díky modulárnímu systému lze portfolio produktů snadno obměňovat a přizpůsobovat potřebám jednotlivých cílových regionů.

**Charakteristika exponátu:** THORNeco POS tower je trojhranný stojan s vyměnitelnými panely, na nichž jsou nainstalovány vybrané LED produkty značky THORNeco. Tělo stojanu je vyrobeno z dibondu, vyměnitelné panely i základna stojanu jsou z lamina. Každé světlo na panelu má vlastní vypínač, takže zákazníci si mohou na prodejních místech jednoduše vyzkoušet kvalitu a funkci jednotlivých prezentovaných LED produktů. Zadavatel nás dále pověřil úkolem vyvinout speciální přepravní bednu, která by umožňovala snadnou přepravu stojanu na různé veletrhy, výstavní akce apod. K tomuto účelu jsme vyrobili přepravní box z OSB desek se zpevněnými hranami a kolečky, umožňující bezpečný transport stojanu z místa na místo. Dveře boxu slouží zároveň jako rampa, po níž lze stojan snadno vyvézt ven z boxu nebo jej opět do boxu naložit.

**54**



**55**

## DISPLAY KENWOOD

**Zadavatel:** DēLonghi Group

**Přihlašovatel:** RETAIL OF THE FUTURE, s.r.o.

**Autor:** RETAIL OF THE FUTURE, s.r.o.

**Materiály:** Kartáčovaný dibond s UV tiskem + 3D logo "KENWOOD", plast

**Použití exponátu:** Síť elektroprodejen napříč Českou a Slovenskou republikou, série 200 ks

**Charakteristika exponátu:** Vytvoření designového displaye ve verzi pro dva a tři kuchyňské roboty značky Kenwood s prezentací nástavců. Klient kladl důraz na preciznost zpracování, která bude odrážet kvalitu jeho kuchyňských robotů. Na omezené ploše bylo zapotřebí vymyslet jak odprezentovat 3 kuchyňské roboty, včetně jejich příslušenství. Byla tedy zvolena kombinace reálného příslušenství, které si zákazník může osahat, doplněná o grafické znázornění dalších možností robota s popisky.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY  
PET FOOD



POPAI  
AWARDS



56



## REGÁLOVÝ MODUL WHISKAS

- Zadavatel:** Mars Czech, s.r.o.  
**Příhlašovatel:** Dago, s.r.o.  
**Autor:** Dago Team  
**Materiál:** Lakovaná MDF, diody, lano, plast  
**Použití exponátu:** Hypermarkety

**Charakteristika exponátu:** Obliba domácích mazlíčků je v České republice skutečně vysoká, stejně tak jako ochota jejich majitelů dopřávat jim jen to nejlepší. A skutečně něco výjimečného se majitelům koček rozhodl dopřát tým DAGO v prostředí retailu, a to skrze netradiční regálový modul. Premiové vystavení je plné krásných detailů, od laminových desek, které jsou nalakovány do barev produktu a následně s výrobky samotnými tvoří skutečně příjemný a jednotný dojem, až po navázané reálné lano, které dodává vystavení kočičí hravost a zvědavost. Vše je doplněno výrazným provedením loga brandu ve 3D a typické Whiskas hrdinky v nadživotní velikosti. Samozřejmostí je kompletní osvětlení celého modulu. To vše vytváří velmi celistvou a nadčasovou POP prezentaci značky.





## PALETOVÉ VYSTAVENÍ PRO KOČIČÍ KRMIVA

**Zadavatel:** Nestlé Česko, s.r.o.

**Přihlašovatel:** Dago, s.r.o.

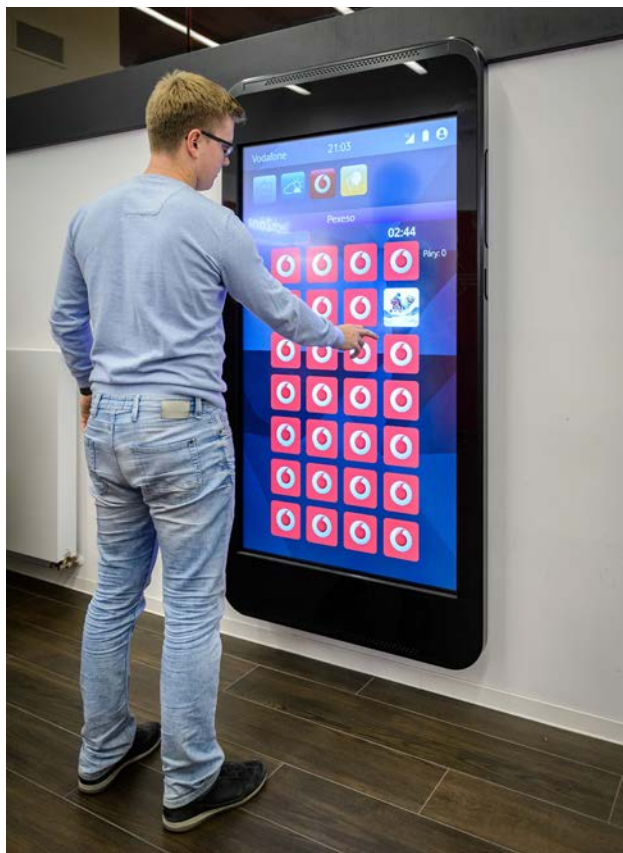
**Autor:** Dago Team

**Materiál:** Karton

**Použití exponátu:** Hypermarkety

**Charakteristika exponátu:** Značka zvířecích krmiv Purina společnosti Nestlé letos na začátku srpna slavila den koček. V Globusu připravil tým DAGO originální vystavení v podobě paletového ostrova. Záměrem bylo zprostředkovat zákazníkům promoční akci neotřelým a zábavným způsobem. V kategorii krmiv pro domácí mazlíčky se více než v kterékoliv jiné potvrzuje funkčnost propojení P.O.P. média s emocemi. Vystavení je pojato jako velká kočičí prolézačka se škrabady a domečky, jejímž hlavním sdělením je hravost. Tu vnímáme jako vlastnost, která majitele koček s jejich čtyřnohými miláčky spojuje. Velkorysá prostorová koncepce s mnoha fotografiemi a dalšími detaily motivuje nakupující strávit v vystavení co nejvíce času. Paletový ostrov je kompletně vyroben z kartonu, což jen potvrzuje, že možnosti realizace jsou z něj téměř nevyčerpatelné.

**57**



**58**

## INTERAKTIVNÍ TELEFON

- Zadavatel:** Vodafone Czech Republic a. s.  
**Příhlašovatel:** WELLEN a. s.  
**Autor:** WELLEN a. s.  
**Materiály:** frézovaná lakovaná MDF deska s plexi čelem,  
na míru řešené kovové uchycení ke zdi

**Použití exponátu:** Vodafone prodejna, Václavské náměstí, Praha - od 08/2017

**Charakteristika exponátu:** V prodejně Vodafone na Václavském náměstí neočekávají zákazníci jen běžný servis a prodej. Mnozí z nich jsou cizinci nebo návštěvníci hlavního města, kteří hledají informace. Možnost přístupu na internet nebo do Vodafone samoobsluhy a další interaktivní obsah jim nabízí netradiční touchpoint. Dotykový panel je zakrytován jako telefon, což skvěle ladí s nabídkou prodejny. Nejen, že jako smartphone vypadá, ale nabízí také mnoho podobných funkcí včetně her.



## TRANSPARENTNÍ VÝLOHA SE ZPĚTNOU PROJEKČÍ

59

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

**Přihlašovatel:** WELLEN a. s.

**Autor:** WELLEN a. s.

**Materiály:** semi-transparentní fólie pro zpětnou projekci, doplňkový polep

**Použití exponátu:** Vodafone prodejny: Praha Chodov, Praha Letňany a Brno Vaňkovka - 10/2017

**Charakteristika exponátu:** Současné spuštění podzimní kampaně Vodafone Pass a nového konceptu značky Vodafone bylo skvělou příležitostí upozornit na technologie a inovace, které má značka v DNA. Hlavní motiv kampaně a výrazné prvky brandingů se staly hlavním obsahem pro nevědní instalaci na výlohách top obchodů v Praze a Brně. Zpětnou projekci na tvarovanou semi-transparentní fólii podle návrhu WELLEN technologicky zajistila UGO! Media.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY  
SLUŽBY



POPAI  
AWARDS



## BANKA CREDITAS - NOVÁ BANKA

- Zadavatel:** Banka CREDITAS a.s.  
**Příhlašovatel:** MORIS design s.r.o.  
**Autor:** MORIS design - Ing. Petr Tošovský  
**Materiály:** přírodní materiály  
**Použití exponátu:** Bankovní pobočky Creditas

**Charakteristika exponátu:** Nová banka - vsadila na zcela nový koncept v bankovním segmentu, reflektující veškeré potřeby moderního bankovníctví. Design propojuje tradiční hodnoty služeb s novými technologiemi a ergonomií. Všechny prvky jsou spojeny v designově čisté, až relaxační prostředí. Velký důraz je kladen především na konformitu zákazníka v každé fázi jeho návštěvy na pobočce. Po usazení do dělených křesel s dostatečným osobním odstupem můžete v čekací zóně procházet aktuální nabídku služeb na příručním tabletu, popřípadě využít info-kiosk s integrovanými kapsami pro tištěnou nabídku. Dominantou interiéru poboček jsou speciálně vyvinuté bankovní stoly, které jsou designovým prvkem a zároveň technicistním protipólem k jinak čistému modulovému nábytku. Jako celek je interiér doplněn o velkoplošné květinové stěny, které kromě svých estetických hodnot také decentně vyrovnávají akustické nastavení exponovaných zón. Nábytek je minimalizován tak, že nejsou přiznány ani úchytky a vše je dotykové, maximálně ergonomické pro obsluhu. Zdůrazněny jsou vybrané prvky sloužící pro aktuální marketingovou komunikaci. Ta je tvořena integrovanými podsvětlenými "T" boardy v netradičním, horizontálním formátu, pro přímé upoutání pozornosti v rámci celého interiéru. Veškerý nábytek byl tvořen s maximální modularitou, integrovatelnou do jakéhokoliv půdorysu, s minimální potřebou vytvářet další atypická řešení. Vedle designu klade banka Creditas velký důraz i na špičkové služby a zajištění maximálního komfortu zákazníků. Díky tomuto marketingovému mixu zůstávají klienti v pobočce banky déle a využívají také více služeb. Klienti si z návštěvy banky odnáší především pozitivní zážitky, díky kterým se značka dále šíří i cestou doporučení, což je pro každou společnost to nejcennější komunikační médium.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY  
ELEKTRONIKA, IT PRODUKTY



POPAI  
AWARDS



## ELECTROLUX BRANDED SPACES

**Zadavatel:** Electrolux  
**Příhlašovatel:** Thirtyseventy, a.s.  
**Autor:** Thirtyseventy, a.s. & Prophet  
**Materiály:** dřevo

**Použití exponátu:** Společnost Electrolux je světovým lídrem v výrobě domácích spotřebičů a spotřebičů na profesionální použití, které prodává svým zákazníkům v více než 150 zemích světa. Aby lidé naopak pochopili jedinečnost produktů Electrolux a jejich využití v reálném životě, bylo třeba vytvořit prostor, kde by si to lidé mohli sami vyzkoušet. Cílem tohoto projektu bylo tedy vytvořit plochu, kde by lidé mohli sami objevovat a zkoumat značku a její spotřebiče. Koncept se skládá z množství základních jednotek, které je možné spájet různými způsoby. Konstrukce může zahrňovat a kombinovat různé spotřebiče, či už velké, nebo malé. Tím pádem konstrukce nemá stanovenou jednotnou velikost. Jednotky se kombinují podle plochy, která je momentálně k dispozici, tím pádem je tento koncept využitelný ve všech obchodech, kde má Electrolux vyhrazenou svou plochu.

**Charakteristika exponátu:** Prostřednictvím neformálnějšího, ale pútavého designu vytváří tento koncept otevřený a příjemný prostor, který umožňuje, aby lidé objevovali produkty sami. Je charakteristický čistými liniemi a propojením různých částí dřeva. Či už je to příprava raňajek, praní prádla nebo varenie večere - toto všetko sa nachádza na jednom mieste. Tento priestor tiež vytvára príležitosť pre predajcov, aby lepšie komunikovali so spotrebiteľmi a zvyšovali celkové povedomie o značke. Miesto je charakteristické klasickou modrou farbou. Ďalším silným prvkom je drevo. Priestor má navodzovať pocit domova.

61



## DĚLONGHI KOLEKCE

- Zadavatel:** DeLonghi Group  
**Příhlašovatel:** RETAIL OF THE FUTURE, s.r.o.  
**Autor:** RETAIL OF THE FUTURE, s.r.o.  
**Materiály:** Lakované MDF, bílé lamino, LED světlo  
**Použití exponátu:** Síť elektroprodejen pro český, slovenský a maďarský trh

**Charakteristika exponátu:** Design celé série byl navrhnout v duchu samotného loga společnosti DeLonghi. Vidíme zde tedy oblé tvary doplněné o korporátní barvy modré a bílé. Dominantním prvkem série je playtable, na kterém lze prezentovat až 7 kávovarů. Kolekci dále tvoří Endcap, který je navržen na prezentaci dvou kávovarů s prostorem pro umístění samotného produktu k prodeji. Endcap je také vybaven tabletem pro projekci vizuální reklamy. Oba prvky jsou vyrobeny z ohýbané MDF desky v laku a bílého lamina. Playtable je doplněn o LED technologie. Součástí kolekce jsou dále stojánky a paletové stání. To je vyrobeno z forexu a je obrendováno v barvách společnosti. Na paletovém stání dominuje nápis znázorňující, že se jedná o jedničku na trhu. Stojánky jsou zhotoveny z čirého plastu a lze v nich měnit informační obsah tak, aby se daly využít opakovaně. Celá kolekce působí velmi prémiovým dojmem. Využití LED technologií a robustní konstrukce Playtablu v prostorách prodejny zaujme zákazníka již z dálky. Zpracování Endcapu nese brand a barvy značky ve vysoké kvalitě. Paletová stání svým designem a způsobem použití v kombinaci s vhodným umístěním vtahují zákazníka do krásných barev společnosti a dodávají pocit té správné volby.



## GAMING ZONA HP OMEN

**Zadavatel:** Hewlett - Packard, s.r.o.

**Přihlašovatel:** Dago, s.r.o.

**Autor:** Dago Team

**Materiál:** Lamino, diody, plast

**Použití exponátu:** Prodejna Alza - Praha

**Charakteristika exponátu:** Charakteristika exponátu: HP Inc. přineslo do světa počítačových her svěží vítr s novým špičkovým portfoliem herních počítačů OMEN. Tato řada byla od základu přestavěna tak, aby dala profesionálním hráčům náskok a potřebnou sebedůvěru, která je nezbytná pro hraní na nejvyšší světové úrovni. Každý centimetr nových počítačů, displejů a doplňků značky OMEN je napěchovaný prvky navrženými pro potřeby hráčů, díky kterým se promění herní svět.

Playable OMEN od HP byl navržen 3d grafikem ze společnosti Dago tak, aby přinesl ten nejdokonalější zážitek prezentace OMEN produktu. Promyšlený design a důraz na detail vyzdvihuje každý jednotlivý vystavený produkt. Cílem konceptu bylo vtáhnout zákazníka do gamingového světa a maximalizovat jeho zážitek. Současně také nabídnout široké portfolio řady OMEN od HP s názornou ukázkou jeho využití. Ve spolupráci se společností Dago se to úspěšně podařilo, protože v neposlední řadě impulzivní rozhodnutí zákazníka o koupi produktu ovlivňuje jeho prvotní zážitek.

**63**



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY  
ELEKTRONIKA, IT PRODUKTY



POPAI  
AWARDS



## PODSTAVCE PRO KÁVOVARY KRUPS

**Zadavatel:** Groupe SEB ČR s.r.o.  
**Příhlašovatel:** SÁRA s.r.o.  
**Autor:** SÁRA s.r.o.  
**Materiály:** LTD, plexisklo, SIBU fólie.

**Použití exponátu:** Zatraktivnění regálového vystavení kávovarů KRUPS ve třech variantách - s videoprojekcí na zadní části displeje, bez projekce a s nižší zadní částí či bez zadní části.

**Charakteristika exponátu:** Podstavec podporuje vizibilitu vystaveného produktu zvýšením pozice, nasvícením a umístěním komunikace. Podstavce jsou vyrobeny z LTD, opálového a černého akrylu, sibu fólie.







TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY  
ELEKTRONIKA, IT PRODUKTY



POPAI  
AWARDS



## PLAYTABLE ORAL - B

**Zadavatel:** Procter & Gamble - Rakona, s.r.o.

**Přihlašovatel:** Dago, s.r.o.

**Autor:** Dago Team

**Materiál:** Lakovaná MDF, LED, PMMA, LTD

**Použití exponátu:** Hypermarkety

**Charakteristika exponátu:** Produktový prodejní stojan s aktivní prezentací elektrických zubních kartáčků Oral - B s jasnou komunikací benefitů. Zároveň poskytující dostatečný prostor pro zásobu nabízených produktů. Umístění ve vybraných Globusech v elektro sekci.

65



## T-MOBILE - CHYTRÉ AUTO

- Zadavatel:** T-Mobile Czech Republic a.s.  
**Příhlašovatel:** MORIS design s.r.o.  
**Autor:** MORIS design - Ing. Petr Tošovský, Thibault Schubel  
**Materiály:** Dřevo, plexi, LCD / LED, kov  
**Použití exponátu:** Značkové prodejny T-mobile



**Charakteristika exponátu:** Cílem bylo vytvořit interaktivní řešení demonstrující komunikaci s vozem přímo v prodejnách T-Mobile. Designově čisté, symbolicky stylizované ztvárnění nikterak nezasahuje a nenarušuje vizibilitu v rámci ostatních produktů na prodejně. Přítom je vždy snadno identifikovatelné z jakékoliv její části. Jednoduchá podsvětlená linka s dominantním prvkem volantu a konektorem pro umístění produktu je doplněná světelnými aktivačními efekty, které činí POS nepřehlédnutelným a vyzývají k jeho vyzkoušení. Tablet, vycházející z palubní desky auta, evokuje zařazení produktu k nejnovějším podpůrným technologiím z oblasti automobilového průmyslu. Můžete si na něm vyzkoušet veškeré funkce výrobku, stejně jako na sousedním chytrém telefonu. Kombinovaná prezentace s 3D brýlemi cílí na zákaznickou skupinu milující nové technologické trendy a interaktivní řešení, která jim usnadňují a zpříjemňují každodenní životní situace. Interaktivní stůl je oboustranný, samotný zabalený produkt Chytré auto je i s přibalenou SIM kartou k dispozici na háččích pod stolní deskou. Produkt "Chytré auto" využívá vlastní SIM kartu s datovými přenosy. Neustále monitoruje samotné vozidlo, které připojí jeho majitel do systému malým modulem. Vždy máte v mobilu informace o závadách na vozidle, zprávy o jeho pohybu, zda není neodtahováno, zda nemá defekt nebo zda se do něj někdo nedobývá.



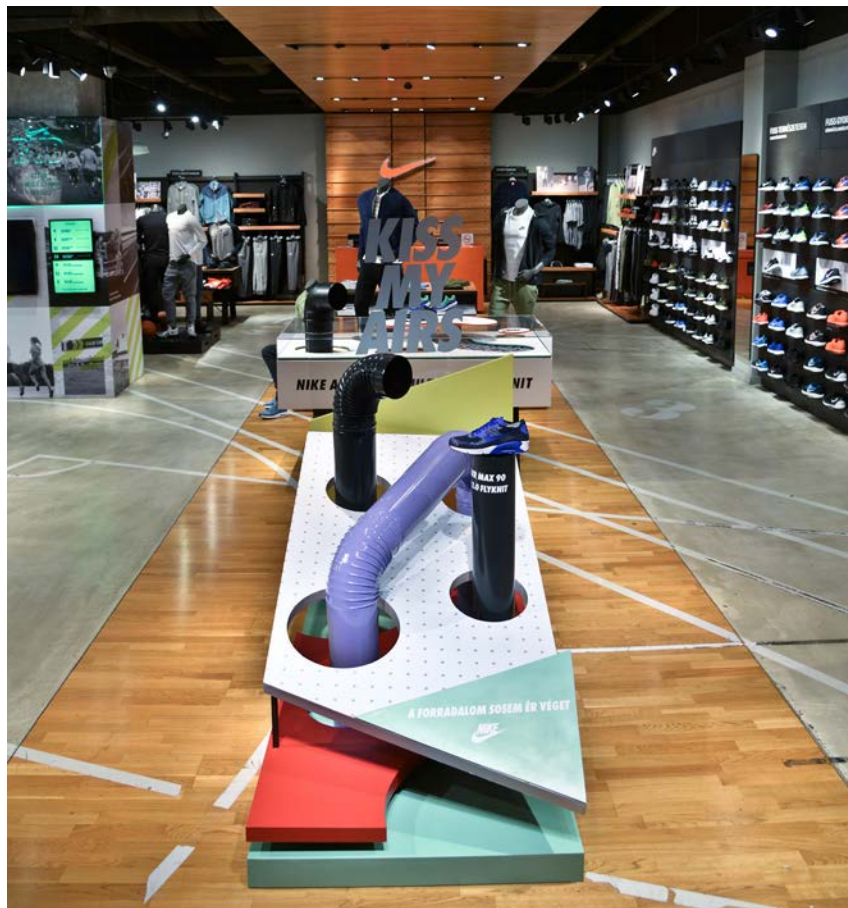
## STOJANY NA BATERIE PANASONIC PRO EU

**Zadavatel:** Panasonic  
**Příhlašovatel:** MORIS design s.r.o.  
**Autor:** MORIS design  
**Materiály:** kov, plast

**Použití exponátu:** Prodejny elektroniky a spotřebního zboží v celé EU

**Charakteristika exponátu:** Na první pohled jednoduchý design vychází z mnohaletých zkušeností. Při vývoji jsme využili data z výzkumu na 42 prodejnách všech velikostí, v 6 evropských zemích. Následovalo dlouhodobé testování prototypů. Díky tomu vznikl naprosto čistý design, který vyhovuje tisícům prodejen v EU. Celá řada stojanů pro prodej baterií je zaměřena na univerzálnost při implementaci v prodejně, na jednoduchost při obsluhování a na orientaci a usnadnění výběru zákazníků v místě prodeje. Branding značky Panasonic je umocněn umístěním loga ze všech pohledových stran. Výrazným designovým prvkem je samotná baterie, která je v 3D modelu implementována v horní části stojanu. Prodejní řada stojanů je navržena tak, aby vyřešila jakékoliv situace, se kterými se obchodníci v celé Evropě setkávají. Dostávají do rukou řešení, které jim umožňuje využít stojany v jakémkoliv typu obchodu, od trafiky až po supermarket, a to v jakékoliv zemi. Většinu stojanů lze rozložit a odvézt tak na paletě velký počet sestav. Přidanou hodnotou jsou precizní video-návody, díky nimž zvládne kompletaci i nekalifikovaná osoba za 2 minuty.

**67**



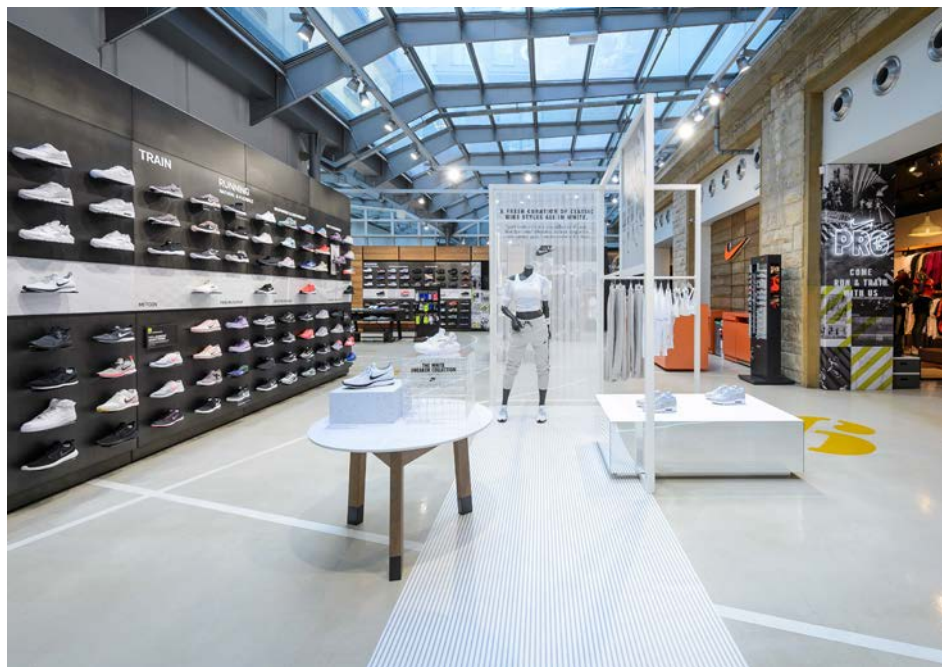
## AIR MAX DAY

- Zadavatel:** NIKE CEE  
**Přihlašovatel:** WELLEN a. s.  
**Autor:** WELLEN a. s.  
**Materiály:** tvarovaný plast, dřevo, kouřovody,  
 PVC samolepka, řezaná grafika, 3D instalace

**Použití exponátu:** 3D instalace ve vstupu do prodejny NIKE Westend, Budapešť

**Charakteristika exponátu:** Air Max 90 patří mezi ikony a je jednou z nejdůležitějších tenisek značky NIKE všech dob. A proto si kampaň pro tuto legendu žádala i netradiční a výrazné instalace na prodejnách. Kov, dřevo, plasty i kouřovody všech barev lákaly k nákupu zákazníky v Čechách, Maďarsku i Chorvatsku.

**68**



## KAMPAŇ SUMMER OF SNEAKERS

**69**

**Zadavatel:** NIKE Czech s. r. o.

**Příhlašovatel:** WELLEN a. s.

**Autor:** WELLEN a. s.

**Materiály:** MDF deska, kov, umělá kůže, polep samolepkou, řezané písmo, řezané plexi

**Použití exponátu:** Vstupní prostor flagship prodejny NIKE Prague

**Charakteristika exponátu:** K létu neodmyslitelně patří bílá barva a klasické bílé tenisky. I proto o prázdninách ovládla NIKE prodejny jednobarevná sportswearová kampaň Summer of Sneakers. Impozantní kovové konstrukce na prodejně NIKE Prague vzbudily velký zájem a ohlas.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY  
**TEXTIL, SPORT, OBUV,  
OSOBNÍ POTŘEBY A PŘÍSLUŠENSTVÍ**



**POPAI  
AWARDS**

**70**

## PODLAHOVÝ STOJAN KOUPELNA

**Zadavatel:** ALBI Česká republika a.s.

**Přihlašovatel:** HORMA - P.O.P. Displays

**Autor:** HORMA - P.O.P. Displays

**Materiály:** kov, dřevo

**Použití exponátu:** interiérový prodej

**Charakteristika exponátu:** Neobyčejný stojan na obyčejný produkt? Vytvořit originální stojan na tak běžnou věc, jako je osuška, není snadné. Jelikož máme výzvy rádi, pustili jsme se do návrhu jedinečného stojanu inspirovaného útulnou koupelnou. Unikátní konstrukční systém a prémiové materiály dělají z tohoto stojanu opravdového prodejce skvělých osušek značky Albi.





## ROTRING - CTU UNIT

**Zadavatel:** Newellrubbermaid / Rotring

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

**Materiály:** kov, plexi, PVC, 7" LCD

**Použití exponátu:** 1) Central Unit: 66 ks  
2) Side Unit: 75 ks

**Charakteristika exponátu:** Jedná se modulární stojan vyvinutý pro prezentaci a přímý prodej speciálních per značky Rotring. Středový modul je tvořen prezentační plochou s vystavenými produkty, kartami na kroužkové vazbě s informací o každém vystaveném produktu a zabudovaným LCD, kde je přehrávána video smyčka. Prostor pro LCD je možno zakrýt statickou vyměnitelnou grafikou v případě "ekonomické verze" stojanu určené pro východní země.

Z důvodů dostupnosti do vnitřních prostorů modulu za účelem výměny prezentovaných per popř. aktualizace video souboru, je přední plocha řešena jako otevírací.

Boční moduly slouží jako uzamykatelný skladovací prostor. Jednotlivé skladovací oddíly byly řešeny ve tvaru šestiúhelníku s maximalizací prostoru pro uskladnění nového typu balení trojúhelníkového průřezu. Součástí dodávky bočních modulů jsou i „kryty“ s vizuálem, kterými je možné zaslepit skladovací oddíly v případě vyprodání sortimentu.





TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY  
**TEXTIL, SPORT, OBUV,  
OSOBNÍ POTŘEBY A PŘÍSLUŠENSTVÍ**



**POPAI  
AWARDS**

**72**

## UNIVERZÁLNÍ STOJAN NA SLUNEČNÍ BRÝLE

**Zadavatel projektu:**

Rodnestock GmbH, Mnichov

**Přihlašovatel:**

DEKOR, spol. s r.o.

**Použití exponátu:**

Prodejní stojan na sluneční brýle pro všechny značky firmy Rodenstock.

**Počet dodaných ks:**

200

**Charakteristika exponátu:**

Celosvětový prodej slunečních brýlí všech značek, které zastupuje fa Rodenstock (Rodenstock, Porsche Design, Jil Sander) na typizovaném stojanu. Na stejné základní konstrukci z ocelových trubek je namontován plášť z různě barevného akrylového skla, a ten je opatřen příslušným logem, odpovídající dané značce grafikou, zrcadlem atd. Hliníkový profil pro prezentaci brýlí je uzamykatelný. Stojan je oboustranný a lze na něho umístit 28 brýlí.







## PERMANENTNÍ STOJAN DUNNHUMBY

**Zadavatel:** POS Media Global Services, s.r.o.

**Přihlašovatel:** Dago, s.r.o.

**Autor:** Dago Team

**Materiál:** Plexi, PET, RGB diody

**Použití exponátu:** Prodejny Tesco

**Charakteristika exponátu:** Na první pohled poutavý stojan je věrným odrazem dnešní rychlé doby a její dynamičnosti ve všech aspektech života. Rychlost změn nejen v oblasti médií, marketingu a zákaznického chování se odráží v lesklém, až třpytivém provedení a znázorňuje odlesky všech možností, které nám budoucnost nabízí.

Možnost volby, která je jedním z nedůležitějších pilířů moderního světa, je promítnuta do ovladače, pomocí kterého lze vybrat ze široké škály barevnosti svícení a stává se tak synonymem pro orientaci na zákazníka a jeho potřeby, které jsou vždy na prvním místě.

Celý koncept podtrhuje portrét ženy, která zasněným pohledem vzhlíží do budoucna. Žena, jako dárkyně života a nositelka změny je ztělesněním všeho, co služba Connect Media představuje a nabízí.

**73**



## HOTEL HOFFMAISTER

<b>Zadavatel:</b>	AG Geronimo s.r.o.
<b>Přihlašovatel:</b>	Rex spol. s r.o.
<b>Autor:</b>	Rex spol. s r.o.
<b>Materiál:</b>	sklo, nerez, Alu profily, Alu plechy, LED moduly, LED bodová světla optiky



**Charakteristika exponátu:** Naše společnost REX byla v květnu letošního roku požádána agenturou Geronimo o výrobu označení luxusního Hotelu Hoffmeister. Označení se skládá ze dvou bočních nápisů a je vyrobeno v provedení 3D písmen s LED podsvícením. V rámci tohoto projektu následně společnost REX zajistila označení vstupu. Byla navržena jednoduchá skleněná markýza, která je doplněna světelnými panely, zavěšenými na skle. Oba panely jsou vyrobeny s oboustranně frézovaným logem hotelu. Tato loga jsou prosvícena. Ve skle pak vznikají zajímavé odrazy těchto log. Ze spodní strany jsou panely vybaveny LED bodovými světly osvětlujícími hlavní vstup do hotelu.



## **PŘESTAVBA NÁPOJOVÉHO CENTRA TERNO HRADEC KRÁLOVÉ**

**Zadavatel:** Plzeňský Prazdroj, a. s.  
**Příhlašovatel:** Plzeňský Prazdroj, a. s.  
**Autor:** Ing. Martin Janíček (SÁRA, s. r. o.)  
**Materiály:** Dřevo, plast, osvětlení, kov

**Použití exponátu:** Cílem projektu je zpříjemnit nakupujícím prostředí v pивní sekci, pozvat je ke vstupu do ní a usnadnit orientaci při samotném výběru z regálu. Čím rychleji a lépe se nakupující orientuje, tím větší je jeho spokojenost i velikost nákupu. Nakupující identifikovali nevyhovující stav nákupního prostředí celé nápojové sekce. Plzeňský Prazdroj se ujal vývoje prostředí nového. Cílem tedy bylo: zatraktivnění celého nápojového centra pro zákazníky, instalace navigací, kompletní analýza sortimentu a jeho optimalizace.

**Charakteristika exponátu:** Úkolem projektu bylo navrhnout kompletní přeměnu vstupu do NC, upravit dispoziční regálů, navrhnout přesunutí prodejní plochy sudového piva, vytvoření prostoru pro velký chladicí box (lednici) na sudová piva a přesun produktových lednic. Dále součástí řešení bylo navržení prodejních částí regálů včetně navigace (zastínění vrchních boxů a osvětlení boxů, kde jsou vystaveny výrobky) a komplexní úprava osvětlení. Použití pomalu tlumeného osvětlení, které osvětluje pouze uličky a směřuje pozornost zákazníků k daným výrobkům (horní skladovací boxy/regály zůstávají v šeru a neodvádí pozornost). Aby nebyly příliš vidět boční příhradové nosníky, boky byly opatřeny částečně transparentním, mléčným plastem. Regály byly osazeny zářivkami. Ke vstupu do nápojového centra lákají nově navržené tři prémiové gondoly pro značky Pilsner Urquell, Birell a Matonni. Gondolami se nám daří vytvářet danou sekci prémiovější, vizuálně zajímavou, zvyšovat znalost a hodnotu našich značek i značek konkurence.



## PŘESTAVBA PIVNÍ SEKCE GLOBUS ÚSTÍ NAD LABEM

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

**Příhlašovatel:** Plzeňský Prazdroj a.s.

**Autor:** Tomáš Krýsman

**Cíl a pozadí projektu:** Cílem projektu bylo celkové zpríjemnění prostředí v pивní sekci při nakupování, usnadnění orientace a navigace do pивní sekce, ale i v rámci ní. Kvantitativním cílem pak byl nárůst hodnoty celé pивní kategorie za sledované období vs. předchozí rok a ostatní obchody. Realizací bylo přeskládání pořadí jednotlivých pивních subkategorií a řazení produktů v rámci ní a instalace nových vizuálních a prostorových prvků. Došlo k nahrazení prostých paletových ostrovů a instalace navigace pro lepší orientaci.

**Strategické řešení:** Jako pilotní prodejna byl vybrán Globus v Ústí nad Labem. Pивní sekce v této prodejně je umístěna v úplném rohu prodejní plochy a skládala se pouze z přepravek na paletách a regálů kolem obvodových zdí. Sekce byla kompletně předělána, aby se v ní nakupující cítili lépe, aby se v ní vyznali a nemuseli v ní trávit zbytečně mnoho času hledáním oblíbených produktů, protože čím rychleji se nakupující orientuje, tím je spokojenější se svým nákupem a je větší pravděpodobnost, že udělá i větší nákup. V neposlední řadě bylo cílem i zviditelnění prémiovějších pивních subkategorií pro zvýšení hodnoty kategorie.

**Kreativní řešení:** Palety tedy zůstaly zachované z důvodu vysoké obrátky piva, ale jsou umístěny v blocích, které jsou orámované sloupy a nosníky v barvě zkorodovaného kovu. Celá sekce s těmito prvky vypadá kompaktněji a moderněji. Toto řešení je použito pro celou pивní sekci, tedy i pro moduly s policemi kolem zdí prodejny. Na této konstrukci je nad každým modulem umístěná navigace - každá pивní kategorie má svoji barvu a piktogram, takže nakupující okamžitě vidí i z dálky, kde jaký druh piva najde. Dlouhé paletové ostrovy rozdělené do menších kompaktních bloků, aby mezi nimi mohl nakupující procházet, a velké bloky palet jsou namíchané s moduly s policemi, ve kterých nakupující nalezne prémiovější kategorie, jako např. pивní speciály.

**Výsledky projektu:** V kvalitativním hodnocení nakupující změnu hodnotili jednoznačně pozitivně - nová pивní sekce se jim líbila více, působila moderněji, cítili se v ní příjemněji a díky navigacím se v ní orientovali lépe než dříve. V kvantitativním hodnocení se nejvíce projevila premiumizace kategorie - prodeje vyrostly více v hodnotě než v objemu a ukázaly se výrazné nárůsty prodeje v kategoriích, jako jsou cidery nebo speciály.



76



## PRODEJNA NESTLÉ

- Zadavatel:** Nestlé Česko, s.r.o.  
**Příhlašovatel:** Dago, s.r.o.  
**Autor:** Dago Team  
**Materiál:** Kov, lamino, plast, dřevo, diody  
**Použití exponátů:** Praha - sídlo společnosti Nestlé Česko, s.r.o.

**Charakteristika exponátů:** Firemní prodejna je obrazem celé společnosti Nestlé, jejich tradičních hodnot a dlouholetého úsilí stovek českých zaměstnanců. Najdeme zde širokou škálu výrobků společnosti, které jsou zde přehledně uspořádané do jednotlivých sekcí. Dominantou obchůdku jsou oválné tvary, které působí jemně, čímž lákají zákazníky a zejména pak ženy, které tvoří většinou část nakupujících. Nedílnou součástí je ohlédnutí do historie v podobě výstavy obalů různých vyráběných produktů z dob minulých, zatímco je jediným pohledem můžeme srovnat s jejich dnešním designem. Tento moment posiluje spojení tradice a inovace zároveň, a tím výrazně podporuje hrdost na všechny značky pod jménem Nestlé a jejich dobrůtky, bez kterých bychom si život už snad nedokázali ani představit.





## CK FISCHER - REDESIGN POBOČEK



78

- Zadavatel:** Cestovní kancelář FISCHER, a.s.
- Příhlašovatel:** MORIS design s.r.o.
- Autor:** MORIS design - Ing. Petr Tošovský
- Materiály:** přírodní materiály s prvky propojené s moderními technologiemi
- Použití exponátu:** pobočky cestovní kanceláře Fischer

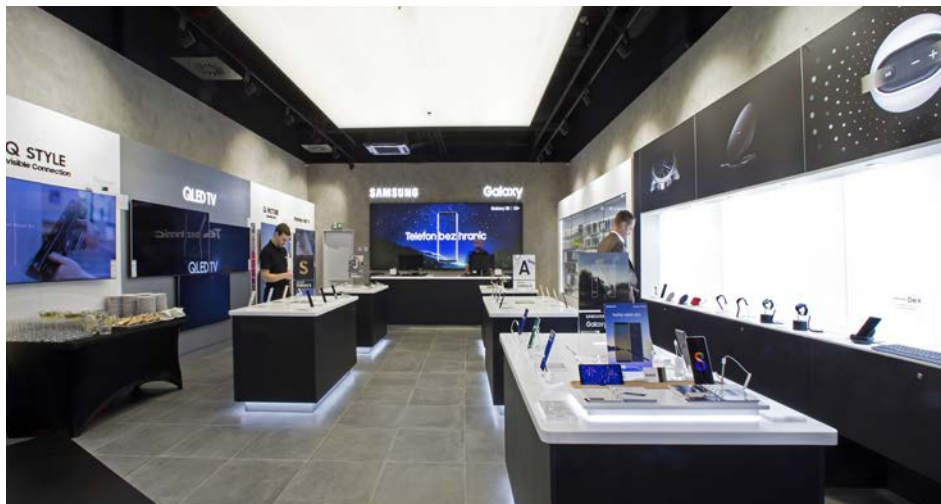
**Charakteristika exponátu:** Vítejte na palubě! Posadte se k oknu a kochejte se pohledem z letadla. Anebo se pohodlně usadte do uličky, bližší ke stewardkám naší cestovní kanceláře. Chystáte se na zimní dovolenou? V tom případě si naskočte i s rodinou na lanovku, náš personál se Vám bude věnovat v sedadle č. 51. Takto se cítí klienti, které už z dálky přilákala efektně osvětlená prodejna CK Fischer. Vytvořili jsme zcela nový systém prodeje v oblasti cestovního ruchu, reflektující nastavené současné návyky zákazníků při výběru zájezdů. Přátelsky tvarovaný uvítací pult s obsluhou v kostýmu letušky, čekací zóna s křesly a oknem z interiéru letadla, kde sledujete průběh Vašeho letu. Nebo 4místná lanovka s aktuální nabídkou zájezdů na velkém LCD displeji. Prostor pro individuální jednání v komfortní zóně. To vše je jen předehrou pro pozitivní oslovení klientů. Prodejna evokuje kombinaci služeb známých z přepravy první třídou. Interiér působí jako z budoucnosti, nic není ve spojení s tradičním prodejem. Avšak hlavní roli zde hraje ergonomie, aby personál nemusel při jednání se zákazníkem nikam odcházet. Speciálně navržené stoly pak udržují zákazníka a obsluhu na rovnocenné úrovni jednání. Sedí vedle sebe, sdílí spolu všechny informace na monitorech a zájezd vybírají společně. Obsluha je zde průvodcem cestovatelského světa v přímém kontaktu se zákazníkem, bez jakýchkoliv fyzických, ergonomických nebo jiných překážek. Čekající klienti mohou využít velkoplošné interaktivní displeje a zónu s občerstvením. Ta je integrována ve středovém modulu prodejny, spolu se skrytými úložnými prostory.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY  
VYBAVENÍ INTERIÉRŮ OBCHODŮ



POPAI  
AWARDS



79

## SAMSUNG STORE KONCEPT

**Zadavatel:** Samsung Electronics Czech and Slovak

**Přihlašovatel:** Cheil Czech

**Autor:** Cheil Czech

**Materiály:** Dřevo, korian, světelné panely

**Použití exponátů:** Samsung značkové obchody v Čechách a na Slovensku

**Charakteristika exponátů:** Kompletní řešení store designu značkových prodejen Samsung. Industriální design, přehledné uspořádání produktových řad a orientace na zákazníka, vše umocněno použitím prémiových materiálů.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY  
**PROSTŘEDKY PRO SLUŽBY  
PODPORY PRODEJE**



**POPAI  
AWARDS**



**80**



## STOJÁNEK NA KAŠE - AG FOODS

- Zadavatel:** AG Foods Group a.s.  
**Příhlašovatel:** THIMM - THE HIGHPACK GROUP  
**Autor:** THIMM Packaging, Tomáš Staněk, Josef Ryba  
**Materiály:** E-vlna, R-vlna, E-paratherm  
**Použití exponátu:** Určen pro hotelové snídaně

**Charakteristika exponátu:** Zatoč s nudnou snídaní! Otočný stojánek na sáčky se snídaňovými kašemi je určen pro gastronomické podniky, které nabízejí snídaně (hotely, pensiony,...). Unikátní vzhled návštěvníky upoutá. Otáčení stojanu umožní snadný výběr snídaňové kaše. Univerzální design je vhodný pro různé druhy. Stojánek je lehký, a proto snadno přemístitelný. Doplnování sáčků je rychlé. Stojany jsou potištěny digitálním tiskem a grafiku tak lze individualizovat podle značky a požadavků daného podniku.



**81**



## REKLAMNÍ POUTAČ "ŠŤASTNÝ ŠUPLÍK"

**Zadavatel:** ALBI Česká republika a.s.  
**Příhlašovatel:** PAKETO.ONE / G.N.P. spol. s r.o.  
**Autor:** PAKETO team / ALBI  
**Materiály:** vlnitá lepenka

**Použití exponátu:** Zadavatelem displeje je společnost ALBI. Reklamní stojany byly součástí prezentace při otevírání nových podnikových prodejen. Displej poutá nejen svou velikostí, ale především pestrobarevnou grafikou a stovkou tajemných šuplíků. Stojan je specifický tím, že slouží jako takzvaný "dárkomat" ze kterého si zákazníci vybírají dárek, který si při nákupu odnesou. Displej zpestří zákazníkům běžný nákup a přinese atraktivitu a zábavu při nakupování ve značkových prodejnách ALBI.

**Charakteristika exponátu:** Stojan je vyroben z pevné vlnité lepenky. Na kompletaci byly použity plastové nýty. Displej obsahuje 100 kartonových šuplíků pro vložení dáreků. Šuplíky jsou konstrukčně řešeny tak, aby se nemusely lepit. Skládají se pouze pomocí zámečkových spojů. Každý šuplík je speciální svým obsahem a slouží jako zásobník na dárek, který si návštěvník může odnést.



## FOTO KIOSEK PHOTOBEE

**82**

- Zadavatel:** Livecast s.r.o.  
**Příhlašovatel:** ASTRON print, s.r.o.  
**Autor:** Livecast, s.r.o.  
**Materiály:** Plexisklo, hliník

**Použití exponátu:** Kiosek na promoakce, který fotografuje lidi (například před výrobkem nebo zajímavým pozadím). Systém sám fotografii opatří případným reklamním sdělením (např. patička s logem firmy či popisem akce) a zákazník si může zvolit, zda chce fotku vytisknout nebo zaslat mailem.

**Charakteristika exponátu:** Exponát byl vyroben s důrazem na vizuální podobu a kvalitu zpracování, vzhledem k jeho použití i na exteriérových akcích.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY  
**PROSTŘEDKY PRO SLUŽBY  
PODPORY PRODEJE**



**POP AI  
AWARDS**



## **DĚLONGHI PROMO STOLEK**

**83**

**Zadavatel:** De'Longhi Group  
**Přihlašovatel:** RETAIL OF THE FUTURE, s.r.o.  
**Autor:** RETAIL OF THE FUTURE, s.r.o.  
**Materiály:** Dibond, 3D reklama, řezaná fólie, LED světlo, lakované MDF, plast, na míru šitý přenosný vak s kolečky

**Použití exponátu:** Promo akce značky De'Longhi pro ČR, série 150 kusů

**Charakteristika exponátu:** Cílem projektu bylo vytvořit pro klienta stylový a nadčasový promovací stůl. Požadavkem klienta byla dobrá manipulace pro hostesky, skladnost, hmotnost, prémiovost a životnost. Koncepte promo stolu vychází ze základního materiálu, kterým je dibond. Stůl je vyroben ze 3 základních dílů, které do sebe navzájem zapadají a u přepravy a manipulace působí úsporně z hlediska objemu. Samotná váha je 13 kg bez horní desky. Pro manipulaci byl na míru vyroben přenosný vak na kolečkách, který dokáže obsloužit jeden člověk. Materiálovým a technickým provedením jsme splnili další kritérium klienta, kterým byla životnost. Součástí promovacího stolu je úložný prostor pro hostesky ve dvou patrech. Jeho součástí je také brand, včetně několika světelných prvků.

**84**

## **PIVNÍ SEKCE PILSNER URQUELL PRODEJEN ALBERT**

- Zadavatel:** Plzeňský Prazdroj, a. s.
- Příhlašovatel:** MORIS design s.r.o.
- Autor:** MORIS design - Ing. Petr Tošovský
- Materiály:** Lamino (imitace dřeva), černé kovové prvky, nerez, embosovaný hliníkový plech a barevné LED osvětlení.

**Použití exponátu:** Pivní sekce prodejen Albert

**Charakteristika exponátu:** Celý projekt esteticky navazuje na nový koncept prodejen Albert. Využívá speciálních designových efektů, které činí prostor unikátním. Dominantním prvkem pro zpříjemnění prostředí a nakupování v pivní sekci je použití elementu světla a jeho barevných odstínů. Osvětlení expozice neustále mění intenzitu a nikdy nebude stejné. Stropní svítidla evokují zvětšenou pulsující pivní pěny. Tento efekt je společně s navigací lehce identifikovatelný jak ze vzdálených míst celé prodejny, tak přímo na místě. Zákazník stojící pod ladně pulzující scénou jen podvědomě vnímá doprovodný efekt, odehrávající se nad jeho hlavou. Jednotlivé kategorie jsou doplněny o reflexní RGB nasvětlení, které si pohrává se strukturou hliníkového embosovaného plechu. Struktura hliníku je esteticky zvýrazněna nasvětlením v barvě dané kategorie. Celek pak dotváří netradičně pojatou kategorizaci využívající transparence a barevnosti materiálu - samotné pivní láhve. Světelné efekty tak nenápadně, ale přesvědčivě, doplňují tradiční označení a navigaci známou z prostředí supermarketu, aniž by uměle vytvářely rustikální koutky či jiné násilné formy oddělených departmentů. Umístění prémiového čela Pilsner Urquell na začátku pivní sekce usnadňuje navigaci do samotné pivní sekce a barevné osvětlení jednotlivých regálů napomáhá snadnější orientaci při výběru produktů. Nově je součástí expozice i sekce s dárkovými předměty Pilsner Urquell - sklo, obléčení, podtácky. Zakomponování dvou ledniček do pivní sekce podporuje také variantu chlazených nápojů. Čím rychleji a lépe se nakupující orientuje, tím větší je jeho spokojenost i velikost nákupu.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY  
**PROSTŘEDKY PRO SLUŽBY  
PODPORY PRODEJE**



**POPAI  
AWARDS**



## SAMSUNG GALAXY STUDIO

**Zadavatel:** Samsung Electronics Czech and Slovak  
**Příhlašovatel:** Cheil  
**Autor:** Cheil, Atlas Advertising, Ad-Modum  
**Materiál:** Ocel, dřevo, interaktivní panely, obrazovky

**Použití exponátu:** Galaxy Studio vytváří unikátní Customer eXperience. Je koncipováno pro vystavení ve velkých obchodních centrech, na výstavách a eventech. Design a funkčnost Galaxy Studia jsou zaměřeny na maximální interakci zákazníků s produkty Samsung.

**Charakteristika exponátu:** Výrazný designový jazyk jednoduchých linií, otevřeného prostoru a moderních materiálů dodává celému konceptu střídmost, avšak zároveň se stává výrazným prvkem ve vystaveném prostoru. Vysoká modularita umožňuje flexibilitu vystavení, snadný transport a montáž. Kvalitně lakované hliníkové profily, kombinace dřeva, dýhy, skla a plastů spolu se světelnou grafikou dělají celý prostor velmi vzdušný a prémiový.

**85**



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY  
**PROSTŘEDKY PRO SLUŽBY  
PODPORY PRODEJE**



**POP AI  
AWARDS**

**86**



## **NAFUKOVACÍ 3D REKLAMNÍ PRVKY**

**Zadavatel:** Plzeňský prazdroj, a. s.

**Příhlašovatel:** TKF, spol. s r. o.

**Autor:** TKF, spol. s r. o.

**Materiály:** PVC + PES

**Použití exponátu:** Produkt podporuje znalost brand image Radegast na různých společenských, kulturních akcích a festivalech.

**Charakteristika exponátu:** Do rozsáhlé rodiny značek Plzeňského Prazdroje patří i moravská jednička – značka Radegast. Právě tato značka se ve svém logu pyšní pohanským bohem slunce, hojnosti a úrody – Radegastem. Podpora brand image Radegastu s důrazem na jedinečnost a dobrou viditelnost se stala cílem celého projektu. Jak se ale odlišit od konkurence, být jedinečným a nepřehlédnutelným? Pro tento účel jsme se rozhodli zvolit designové nafukovací prvky ve formě 3D brány a sochy boha Radegasta, obě v gigantických rozměrech! Právě díky volbě atypicky velikých rozměrů bylo potřeba klást důraz na technické provedení a bezpečnost nafukovacích prvků. Technologie vnitřní podpůrné struktury umožňuje udržet jednotlivé 3D součásti ve správném tvaru – dává jim tak jakousi „duši“, díky které vyniknou. Oba nafukovací prvky pomáhají na různých akcích zviditelnit značku a také zvýšit povědomí o firmě samé, což v dlouhodobém měřítku vede k rozšíření základny loajálních klientů.



## CROSS SELLER

**Zadavatel:** Brandspartner s.r.o.

**Příhlašovatel:** Brandspartner s.r.o.

**Autor:** Brandspartner

**Materiály:** Plast

**Použití exponátu:** "CROSS SELLER" umožňuje umístit produkt mimo běžné regálové místo a dává tak unikátní příležitost komunikovat nové příležitosti ke spotřebě. V kombinaci s komplementárním produktem pak zvyšuje motivaci zákazníka k neplánovaným a impulsním nákupům a značce přináší inkrementální prodej.

**Charakteristika exponátu:** Universální plastový držák, který je velmi snadno smontovatelný a přichytitelný ke klasickému regálu nebo na jiné prodejní místo. Umístění je možné rovněž na pult. Variabilní délka držáku umožňuje přizpůsobení místu a vystavení potřebného množství produktu. Hodí se zejména na podporu prodeje výrobků v obalech, jako jsou alko a nealko nápoje, konzervy, kosmetika, různé tuby, lahve atp.



## VANA SOMERSBY

**Zadavatel:** JEFF Zürich GmbH  
**Přihlašovatel:** Authentica, s.r.o.  
**Autor:** Frontwork AG, Authentica, s.r.o.

**Materiály:** odlévaná litinová vana: nástřík akrylátové barvy, logo samolepicí plotrovaná fólie, čalouněné sedačky, rám: hliníkové profily, vsazená LED světla, oboustranná komunikace - potištěný textilní transparent s kedrem, umělý travní koberec

**Použití exponátu:** společenské eventy, zahradní párty

**Charakteristika exponátu:** Nezáleží na tom, zda je vidět na sociálních sítích nebo na eventu. Vana ve stylu Somersby prostě přitahuje pozornost, která této značce svědčí.

Starou smaltovanou vanu jsme pro tento účel opravili skutečně s láskou, dali jí nový lesk a šmrnc. V zadní části vany jsme vyřezali otvor pro vstup. Můžete se tedy pohodlně usadit do kožených sedaček a užívat si tuto specifickou jarní náladu, dokreslenou umělým mechovým trávníkem.

Dnes vana s dominantním logem Somersby, zlatými retro nožičkami a zlatým přepadem zve návštěvníky na chlazený drink například na open air eventech nebo dnech otevřených dveří na mnoha místech ve Švýcarsku.

Naše realizace pro značku Somersby zaujala však také návštěvníky i odbornou porotu na veletrhu Viscom v německém Düsseldorfu. Authentica zde získala zlatou trofej v kategorii prototyp za výborné pojetí emocionalizace značky Somersby.





## STOJAN PRO MINERÁLNÍ VODY

**89**

**Zadavatel:** Karlovarské minerální vody, a.s.

**Příhlašovatel:** Karlovarské minerální vody, a.s.

**Autor:** Marek Mikovec, Dago team

**Produkční firma:** Dago, s.r.o.

**Materiál:** Lamino, plast

**Použití exponátu:** Konference

**Charakteristika exponátu:** Minerální prameny z přírodních léčivých zdrojů jsou zdrojem minerálních látek, které jsou důležité pro stavbu a fungování lidského těla. Hodnota produktů je podtržena výběrem prémiových materiálů. Bílá barva, použitá na stojanu i na rozměrných etiketách výrobků, podporuje až lékárenský vzhled. V kombinaci se stříbrnou evokuje čistotu v souladu s původem těchto vod. Symbolika pramene, ztvárněná jako trojrozměrná fontána z plexiskla v odstínu blankytně modré, odkazuje k lázeňství. Minerální prameny z léčivých přírodních zdrojů jsou jedním z jeho základů, ceněným už stovky let.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY  
**REKLAMNÍ DÁRKY  
V MÍSTĚ PRODEJE**



**POPAI  
AWARDS**



## HOLLANDIA MLÝN

- Zadavatel:** Hollandia Karlovy Vary, s.r.o.  
**Příhlašovatel:** THIMM - THE HIGHPACK GROUP  
**Autor:** THIMM Packaging, Martin Zich, Vladimír Brysejcn  
**Materiály:** Vlnitá lepenka s digitálním potiskem  
**Použití exponátu:** Jako dárek pro zákazníky firmy Hollandia

**Charakteristika exponátu:** Velmi dekorativní, digitálně potištěný, dárkový obal ve tvaru větrného mlýna, symbolu mlékárny Hollandia, upoutá na první pohled pozornost. Mlýn z vlnité lepenky je vybaven funkční, otočnou vrtnou. Střeška je otevírací a vnitřní prostor skrývá překvapení v podobě výrobků Hollandia a láhve sektu. Produkty jsou uvnitř bezpečně aretovány. Tato limitovaná edice byla použita jako promoční balení k Vánocům.

**90**



## DESIGNOVÁ TROFEJ MERCEDES-BENZ

**91**

- Zadavatel:** Mercedes-Benz Česká republika s.r.o.
- Příhlašovatel:** SPEED PRESS Plus a.s. - reklamní a dárkové předměty
- Autor:** COMTECH CAN s.r.o. a SPEED PRESS Plus a.s
- Materiály:** ochromovaná slitina zinku, dřevo potažené protekční folií proti poškrábání, elektroplátované kovové části, kartonová krabička 600 g s Eva pěnou
- Použití exponátu:** Prestižní dárek pro zákazníky v direct mailové kampani.

**Charakteristika exponátu:** Po úspěchu trofeje ve tvaru loga Mercedes-Benz z roku 2015 se tato společnost rozhodla obdarovat své zákazníky trofejí v designu inspirovaném Newtonovou houpačkou. Dárek je balen v luxusní krabičce a obdarovaní jsou navíc zapojeni "do hry" tím, že si trofej sami velmi snadno sestaví. Společnost přímo komunikuje své logo jasně adekvátním a prestižním dárkem. Použité materiály korespondují s účelem tohoto dárku - je použita pochromovaná slitina zinku, dřevo potažené protekční folií proti poškrábání, elektroplátované kovové části a 5 kuliček s laserem různých tříd Mercedesu na každé z nich. Mercedes-Benz hvězda je umístěna na jedné straně dřevěného podstavce, který je opatřen potiskem loga. Rozměry houpačky jsou 13,5 x 10,6 x 12 cm, dřevěný podstavec má rozměr 12 x 10 cm. Dodáváno rozložené v dárkové ploché kartonové krabičce 600 g s Eva pěnou, a to včetně návodu na složení. Balení je uzpůsobené pro direct mailové zasílání.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY  
**REKLAMNÍ DÁRKY  
V MÍSTĚ PRODEJE**



**POPAI  
AWARDS**



**92**

## **MASKOT WUSTÍK**

**Zadavatel:** Wüstenrot - stavební spořitelna a.s.  
**Přihlašovatel:** SPEED PRESS Plus a.s. - reklamní a dárkové předměty  
**Autor:** Scholz & Friends Praha a SPEED PRESS Plus a.s.  
**Materiály:** 100% polyester. Certifikace EN71-1-3

**Použití exponátu:** Wustík je maskotem společnosti Wüstenrot a vznikl především pro podporu Stavebního spoření pro děti a mladé lidi od 0 do 24 let. Jako maskot provází zákazníky produktovou řadou banky a stavební spořitelny, hojně využíván je také v interní komunikaci se zaměstnanci skupiny Wüstenrot.

**Charakteristika exponátu:** Reklamní plyšový maskot ve vlastním designu Wustíka vznikl z oranžového písmene Ü. Výška cca 20 cm bez nohou, provedení včetně očí, nohou a rukou, materiál 100% polyester. Certifikace EN71-1-3 v ceně, každý kus balen v opp sáčku. Včetně tisku loga na legislativní štítek.



**93**

## **SADA VYBARVOVACÍCH BATŮŽKŮ VESELÁ KRÁVA**

**Zadavatel:** BEL Sýry Česko a.s.

**Příhlašovatel:** YASHICA s.r.o.

**Autor:** YASHICA s.r.o.

**Materiály:** Polyester

**Použití exponátu:** Podpora prodeje produktů s brandem Veselá Kráva.

**Charakteristika exponátu:** Jedná se o zakázkovou výrobu kolekce 3 ks vybarvovacích vaků ve vlastním designu brandu Veselá Kráva.



## SPECIÁLNÍ BALENÍ LENTILEK S PENÁLEM

**Zadavatel:** Nestlé Česko s.r.o.

**Příhlašovatel:** REDA a.s

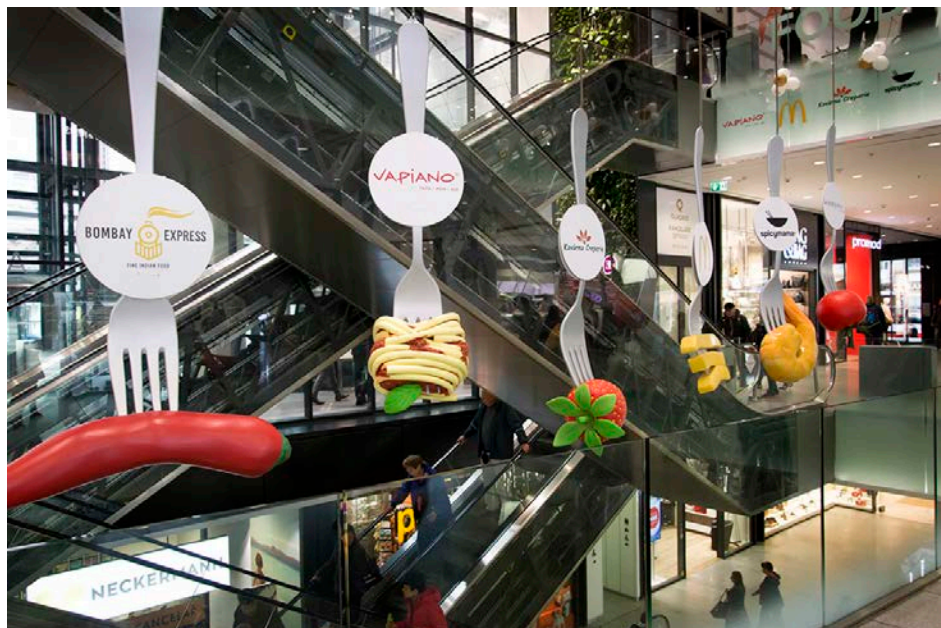
**Autor:** REDA a.s.

**Materiály:** textil

**Použití exponátu:** Zákazníci si ve vybraných obchodech mohli zakoupit jedno ze speciálních balení Lentilek, které obsahovalo 2 krabičky Lentilek a také textilní penál o rozměru 20x10 cm. Prodej v obchodech byl podpořen též reklamou na facebookovém profilu Lentilek.

**Charakteristika exponátu:** Penál byl potištěn černobílou grafikou, kterou si mohli děti vybarvit podle své představivosti a následně si do něj schovat pastelky nebo fixy, a tím je tak mít vždy při ruce.

**94**



## MECHANICKÁ POHYBLIVÁ INSTALACE

**95**

**Zadavatel:** Czech Property Investments a. s.

**Přihlašovatel:** WELLEN a. s.

**Autor:** WELLEN a. s.

**Materiály:** kov, broušený polystyrén, forex, polepy, mechanické části

**Použití exponátu:** výtahový void OC Quadrio od 09/17

**Charakteristika exponátu:** První kinetický obří závěsný systém použitý v retailu v ČR. Nepřetržitý pohyb výborně přitahuje pozornost kolemjdoucích a udržuje zrak ve směru pohybu. Závěsné objekty volně neuspořádaně projíždějí nahoru a dolů na závěsech, dají se vyměnit za jiné objekty, a celé zařízení je tak dlouhodobě a opakovatelně využitelné pro komunikaci. V první vlně byly zvoleny motivy vidliček s jídlem, které odkazují k nově otevřenému food levelu. Instalace se stala populárním pozadím pro selfie a pro sdílení na sociálních sítích.



## REGÁLOVÉ ČELO A OSTROV RADEGAST

- Zadavatel:** Plzeňský Prazdroj, a.s.  
**Přihlašovatel:** Dago, s.r.o.  
**Autor:** Dago Team  
**Materiál:** Lamino, diody, senzor, aj.  
**Použití exponátu:** Hypermarkety

**Charakteristika exponátu:** Při vývoji tohoto setu navázal DAGO tým na úspěšnou podobu kartonového stojanu pro Ryze Hořkou 12° značky Radegast, jehož návrh a realizace pro klienta proběhla před dvěma lety. Hlavním cílem bylo nyní podpoření impulsního nákupu mimo prvotní pивní sekci. Pro novou realizaci byly zachovány dva elementy, které fungují jako rozpoznávací znaky pro beskydský kraj, kde má pivo značky Radegast svůj původ a své opravdové příznivce. Prvním prvkem, nejdominantnějším na celém vystavení, je socha pohanského boha Radegasta, tím druhým je okolní skalnaté „prostředí“. Zmíněné části evokují charakter těch, kteří se nebojí drsné překážky života překonávat, kteří si vybrali jedinečnou hořkost produktu. Technickou perličkou, která dokreslí zemitost severomoravské oblasti, je zapracování zvuku a světla, a to v podobě hřmění a blesku.





## PHILIPS STAR WARS SHAVERS

**97**

**Zadavatel:** Philips s.r.o.  
**Přihlašovatel:** Authentica, s.r.o.  
**Autor:** Authentica, s.r.o.  
**Materiály:**

Tělo stojanu je z hliníkového plechu, ošetřeno povrchovým lakováním. Na oba kraje a střed je umístěna samolepka s matnou laminací.

Logo Philips je prosvětleno do hran z čírého akrylátu a na vnější straně opatřeno samolepkou. Předsazené boky jsou prosvětleny - jeden červenou a druhý bílou barvou do hrany z vrstveného PET, které je zevnitř přilepené oboustrannou páskou a přesahuje cca 5mm okraj. Strojky jsou uchycené na čířém plastu, což částečně simuluje levitaci produktu nad stojánkem.

**Použití exponátu:** vnitřní showroom ALZA ČR a SK

**Charakteristika exponátu:** speciální značka a image značky si vyžaduje speciální vystavení – vše v barvách STAR WARS. Značka Philips uvedla na trh v souvislosti s očekávaným filmem Star Wars - Poslední z Jediů - svou limitovanou edici pánských holicích strojků, které symbolizují jednotlivé postavy z filmu a jejich sílu. Pro vzhled celého vystavení nám byla inspirativním podkladem právě síla, což je energie ve fiktivním světě Star Wars, která prochází a spojuje celou galaxii.

Display jsme rozdělili do dvou částí, které symbolizují protikladné světy a jejich „souboj“ jsme umocnili barevným podsvícením v modré a červené barvě. Odlišnost barev přímo podněcuje fantazii a vidíme v ní inspiraci v Lightsaberu, světelného meče Jediů. Celé vystavení imituje střet temné a světlé strany síly, chybí už jen typické jiskření aktivního Lightsaberu. Záleží tedy už jen na vás, pro jaký strojek se rozhodnete a za jakou stranu budete „bojovat“ nebo se holit.



## RETAILOR

**Zadavatel:** FORTES interactive, s.r.o.

**Příhlašovatel:** FORTES interactive, s.r.o.

**Autor:** FORTES interactive, s.r.o.

**Materiály:** ocel/sklo

**Použití exponátu:** Spojením fyzické prezentace produktů s digitálním obsahem dostává zákazník do ruky potřebné argumenty pro okamžitou koupi. Díky propojení produktů s NFC čipy a dotykovým stolem odpadá zdlouhavé hledání produktu v katalogu a zákazník se může nechat unést interaktivní prezentací. Stačí, aby produkt přiložil k označenému místu a prezentace se spustí sama. Nejen že si produkty osahá, ale na interaktivním stole si zjistí potřebné informace. Už nikam jinam nemusí. Kupuje a odchází s jedinečným nákupním zážitkem.

**Charakteristika exponátu:** Dotykový stůl určený do retailu, který spojuje fyzickou prezentaci produktu s digitálním obsahem. Dotyková technologie FORTES zvládne 10 současných dotyků, což znamená, že stůl může používat více lidí zároveň. Obraz lze rozdělit na vícero menších autonomních obrazovek, díky čemuž má každý zákazník svoje prostředí, s kterým pracuje. NFC technologie dotváří interakci mezi přinesenými produkty a digitálním obsahem. Zákazník přiloží produkt k označenému místu a automaticky se mu spustí relevantní obsah k produktu. Dotykový stůl dopřává zákazníkovi dostatek prostoru, aby se rozhodl pro koupi produktů u vás a měl neopakovatelný zážitek z nákupu.

**98**



**99**

## VODNÍ DŮM

**Zadavatel:** ZO ČSOP Vlašim

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

**Autor:** AND architektonický atelier

**Materiály:** Přírodní: beton, voda, kámen, dřevo, nerezová ocel, sklo

**Použití exponátu:** Návštěvnické středisko Vodní dům - interaktivní expozice o významu vody a nutnosti její ochrany

**Charakteristika exponátu:** Formou moderní interaktivní expozice si vyzkoušíte výrobu mraků, otestujete energii ukrytou ve vodě. Můžete stavět kaskády, pozorovat živočichy a mikroorganismy žijící ve vodách České republiky. Budete poslouchat zvuky pod hladinou, můžete sledovat několik desítek ryb přímo v jejich přirozeném prostředí. Do expozice se vchází dramaticky nasvíceným tunelem o průměru 2,6 m. Jedná se o přesnou kopii funkčního štolového přivaděče pitné vody do Prahy. Sekce vodní mikrosvět zobrazuje tisíckrát větší exponáty, které se ladně vznášejí v prostoru. Vše dokreslují precizní makrofotografie vodních živočichů. Především malí návštěvníci ocení interaktivní expozice s mikroskopy, mušlemi, vodní pumpou, tekoucí vodou nebo výrobnou mraků. Vodní bar návštěvníky nejen osvěží, ale hlavně demonstruje, že každá voda má jinou chuť. Centrální část expozice zavede návštěvníky pod vodní hladinu. Strop se zde stal hladinou vody, jeho hra světla a stínů násobí zážitek pod vodou. Všechny exteriérové exponáty jsou zpracovány z nerezové oceli, a jejich použití je velmi intuitivní a bezpečné. Venkovní expozici zapuštěnou do terénu umocňují Gabionové zdi. Celý komplex dokonale splyvá s okolní krajinou. K tomu přispívá i střecha pokrytá zelení. Koncepte Vodního domu umozňuje neustále rozšiřovat jeho využití, např. populárně-vědecké přednášky či naučná stezka v areálu. Pro zajímavost: originál vstupního tunelu vede z vodárenské nádrže Švihov na řece Želivce až do Prahy. Svoji délkou 52 km zaujímá 6. místo nejdelších přivaděčů celosvětově.



TRADIČNÍ POP PROSTŘEDKY  
EKOLOGICKÉ KONCEPCE



POPAI  
AWARDS



## ADVENTURE MENU - JÍDLA DO PŘÍRODY

**Zadavatel:** Adventure Menu  
**Přihlašovatel:** MORIS design s.r.o.  
**Autor:** Adventure Menu / MORIS design  
**Materiály:** dřevo, kaširovaný papír, kov

**Použití exponátu:** Outdoor a prodejny specializující se na sportovní aktivity

**Charakteristika exponátu:** Adventure Menu je koncepce moderního a zdravého jídla, které můžete použít kdykoliv a kdekoliv. Ať už jste na výletě, na dovolené nebo na dobrodružné výpravě. Bez nutnosti dalších pomůcek a zařízení. Přesně tuto filozofii dodržuje i prodejní stojan.

Jsou použity výhradně přírodní materiály. Design záměrně přiznává drsnou strukturu dřeva. Top karta s logem je maximálně kontrastní, využívá stylovou outdoorovou khaki barvu. Motiv skalnatých hor a Dakarského závodu a podporuje budování značky a kvality produktu. Díky použitým materiálům maximálně zapadá do většiny prodejen zaměřujících se na sportovní zboží. Stojan je vyráběn ručně.

Stručně: rychlá montáž a instalace, dlouhá životnost, minimální dopad na životní prostředí, a především opakované a univerzální použití. To jsou hlavní přednosti stojanu Adventure Menu.

A co je unikátní systém samoohřevu? Nepotřebujete vařič, oheň ani nádobí. Díky Zipper-bagu a troše vody můžete opakovaně použít unikátní samoohřevný systém a za pár minut máte chutné a plnohodnotné jídlo, bez konzervantů, bez chemických přísad a s životností několik let. Místo dehydratace je využit proces sterilace, který využívali již naši rodiče a prarodiče při tradičním zavařování.

100



**101**

## BOHEMIA – SHOP IN SHOP

**Zadavatel:** Intesnack a.s.

**Přihlašovatel:** ppm factum a.s.

**Autor:** ppm factum a.s.

**Cíl a pozadí projektu:** Cílem aktivity je představení produktů Bohemia Chips s fokusem na kvalitu a původ jednotlivých surovin. Zákazníkům v hypermarketech chceme ukázat, že nejlepší brambůrek obsahuje kvalitní české a pečlivě vybírané brambory, nejvyšší slunečnicový olej a koření.

**Strategické řešení:** Protože jsme chtěli být v prodejnách vidět a zaujmout tak maximum zákazníků, postavili jsme projekt na Shop in Shop řešení, které přináší jak vizibilitu, tak emoční zážitek se značkou. In-store aktivita je zároveň odrazovým můstkem pro další on-line komunikaci.

**Kreativní řešení:** Abychom maximálně podpořili komunikaci kvality a původu surovin, ze kterých se Bohemia brambůrky vyrábí, postavili jsme komunikační mechaniku na velkém průzkumu, ve kterém si čeští zákazníci volí své nejoblíbenější brambůrky. V rámci volby lidem prezentujeme jednotlivé ingredience a jak vizuálně, tak fyzicky necháváme zákazníky "zažít" si jednotlivé kvalitní suroviny.

**Výsledky projektu:** Projekt vykazuje mimořádnou úspěšnost jak z pohledu návštěvnosti, tak i z hlediska pozitivních výsledků průzkumu.



## BILLA PIVNÁ ULIČKA

**102**

**Zadavatel:** Pivovary Topvar, a.s.

**Příhlašovatel:** Pivovary Topvar, a.s.

**Autor:** Wilson & Brown

**Cíl a pozadí projektu:** Zatraktívnenie pivnej uličky na prevádzke za účelom zvýšenia návštevnosti a predaja piva. Zohľadnenie nákupného správania a rozhodovania kupujúcich vo vystavení tovaru.

**Strategické riešenie:** Celá pivná sekcia je tvorená jedným atraktívnym modulom, ktorý zohľadňuje nákupné správanie a príležitosti konzumácie a rozhodovanie kupujúceho, čím umožňuje ľahkú orientáciu, jednoduchšie dokladanie a vytvorenie dostatočných zásob pre dynamicky rastúce segmenty a produktové kategórie.

**Kreatívni riešeni:** Kombinácia kvalitných materiálov a atraktívnych vizuálnych riešení za pomoci LED technológie.

**Výsledky projektu:** Výsledky projektu sú očakávané koncom novembra kedy prebehne druhé meranie. Podľa neoficiálnych informácií však máme potvrdený nárast predaja v celkovej kategórii.

**103**

## COOP OBUV

- Zadavatel:** Jednota, spotřební družstvo v Mikulově
- Přihlašovatel:** RETAIL OF THE FUTURE, s.r.o.
- Autor:** RETAIL OF THE FUTURE, s.r.o.
- Cíl a pozadí projektu:** Cílem bylo navrhnout shop design prodejny obuvi - nábytek, osvětlení, podlaha, zabezpečovací systémy. Dalším cílem byla realizace projektu ve stejný čas jako realizace prodejny potravin.
- Strategické řešení:** V srpnu 2016 byl projekt prodejny obuvi (společně s prodejnou potravin) zahájen. Projekt byl navržen a realizován námi, tedy je naším autorským dílem. U realizace byly použity topové přírodní a ekologické materiály. Některé interiérové prvky - například posuvný regál s úložným prostorem - byly vyvinuté přímo na míru pro klienta. Předání projektu proběhlo v březnu 2017.
- Kreativní řešení:** Designový koncept prodejny obuvi zpracovával tým designérů. Důležité bylo dodržet kontinuitu z pilotního projektu, který klient realizoval před 4 roky v Pohořelících.
- Výsledky projektu:** Prodejna celkově působí svěžím a vzdušným dojmem. Tohoto dojmu se nám podařilo dosáhnout vytvořením úložných prostor za prodejními stěnami. Podlahu tvoří prémiové parkety z masivního dubu. Použitím světel Twilight modré barvy je zboží příjemně nasvětleno a nedochází k oslnění zákazníka.



## INTEGROVANÁ IN-STORE ŘEŠENÍ INTEGROVANÉ IN-STORE KAMPANĚ



POPAI  
AWARDS



## COOP POTRAVINY

- Zadavatel:** Jednota, spotřební družstvo v Mikulově
- Příhlašovatel:** RETAIL OF THE FUTURE, s.r.o.
- Autor:** DL studio / RETAIL OF THE FUTURE
- Cíl a pozadí projektu:** Cílem projektu bylo navrhnout designové řešení atypických potravin v návaznosti na historii Valtic a vinařské oblasti (interiérové prvky, brandy, podlaha, barevnost prodejny a osvětlení). Dalším cílem byla realizace projektu ve stejný čas jako realizace prodejny obuvi.
- Strategické řešení:** V srpnu 2016 byl projekt prodejny potravin (společně s prodejnou obuvi) zahájen. U realizace byly použity topové materiály. Některé interiérové prvky byly vyvíjené přímo na míru pro klienta. Předání projektu proběhlo v březnu 2017.
- Kreativní řešení:** Designový koncept prodejny potravin souběžně zpracovával tým architektů. Šlo o náročný projekt z hlediska dodržení požadavků klienta, památkářů a dalších aspektů.
- Výsledek projektu:** Výsledkem je zajímavý koncept prodejny potravin v symbióze s historií města - vinařské oblasti a podporou domácích produktů - farmářství.





## INTEGROVANÁ IN-STORE ŘEŠENÍ INTEGROVANÉ IN-STORE KAMPANĚ



POPAI  
AWARDS



105

# PROMĚNA NÁPOJOVÉHO CENTRA TERNO HK

**Zadavatel:** Plzeňský prazdroj a.s. / Karlovarské minerální vody, a. s. / JEDNOTA, spotřební družstvo České Budějovice

**Příhlašovatel:** SÁRA s.r.o.

**Autor:** SÁRA s.r.o.

**Cíl a pozadí projektu:** Cílem projektu je zlepšení a zatraktivnění prostředí a funkčnosti nápojového centra (NC). Lepší propojitelnost nápojového centra s vlastním obchodem: integrace "Vstupu" do NC. Zatraktivnění prostředí a potlačení vzhledu průmyslového velkoskladu (původní prostor sloužil jako skladovací prostory a na zákazníka nepůsobí pozitivně a nemotivuje k nákupu). Zlepšit osvětlení, přidat barevnost, více komunikovat podporující konzumaci nápojových kategorií, přidání emočního prvku / podmětu. Zajištění lepší orientace zákazníka v nápojovém centru (pivo, limo, voda).

**Strategické řešení:** Zvýraznit vstupní prostory do nápojového centra a prostor nasvětlit pro eliminaci světelného zlomu mezi NC a zbytkem prodejny. Eliminovat průmyslový vzhled vysokých skladových kovových regálů a připodobnit jejich spodní, prodejní část zvyklostem regálů prodejních; kovové regály osadit orientačními informacemi, soustředit a označit prodejní místo prodeje sudů a začlenit chladirenský box do řady regálů.

**Kreativní řešení:** Vzhled vstupu do NC povýšit designovými prémiovými stojany značek Pilsner Urquell, Birell a Mattoni a nad samotnými vstupními prostory instalovat ustupující závěsné lamely. Spolu s novým nasvětlením celého prostoru tato proměna vstupní části má zákazníkovi pocitově usnadnit vstup do NC. Opláštění kovových regálů OSB deskami s označením sekce spolu s instalací stoprů usnadní zákazníkovi orientaci v celém NC. Sudovou sekci přesunout z hůře dostupné zadní části blíže k bočnímu vchodu do NC s cílem usnadnit a zrychlit nákup pro velkooběratele. Tato operace si vyžádá přesun některých regálových uliček. Pro zatraktivnění regálů použít na jejich bocích bannery. Zářivkové osvětlení nahradit novým LEDkovým - s menším, ale silnějším vyzařovacím úhlem, které více osvětlí spodní, prodejní část spolu s podlahou a vytvoří světelnou hranici mezi vrchním, skladovým patrem regálů.

**Výsledky projektu:** Před samotnou instalací projektu byla vytvořena vzorová ulička, na základě níž se posoudila zdařilost kreativního řešení. To se ukázalo nosné, jen vyzařovací úhel LED nasvícení byl kvůli orientaci při naskladňování zboží rozšířen. Realizace byla spuštěna ve dvou po měsíci po sobě jdoucích etapách. Výsledek projektu byl všemi subjekty hodnocen jako zdařilý.

**106**

## REFIT: FOOD LEVEL OC QUADRIO

**Zadavatel:** Czech Property Investments a. s.

**Příhlašovatel:** WELLEN a. s.

**Autor:** WELLEN a. s.

**Cíl a pozadí projektu:** Obchodní centrum Quadrio na Národní třídě zahrnuje čtyři patra s mnoha jednotkami. Zákazníci jej však využívali hlavně jako průchod pasáží a návštěvnost celého objektu byla relativně nízká. Zadavatel začal připravovat velkorysou přestavbu a dostavbu gastropatra. Panovala obava, že rekonstrukce odradí návštěvníky. Cílem bylo je udržet a po otevření získat nové, zejména z řad těch, kteří kolem zastávky metra a tramvaje každý den projdou nebo zde vystoupí.

**Strategické řešení:** Po dobu šesti měsíců trvající rekonstrukce jsme zákazníky bavili a udržovali v očekávání: pomocí interaktivních stěn na zaslepení jednotek nebo na piazzie před budovou. Ukázali jsme další možnosti, kde se najíst, a postupně je naučili využívat další prostory centra. Udělali jsme z nich spojení a dali jim možnost nejen nakupovat, ale také si hrát. To vše v jednotném vizuálním stylu pro městské, aktivní lidi - all#inthecity. Komunikační koncept budovy po přestavbě vychází z její role: je to shopping station, pravidelná zastávka ve městě pro nákup nebo setkání.

**Kreativní řešení:** Nový vizuální koncept celého centra navazuje na budovu a její charakteristické linky na fasádě. Dobře zapamatovatelný unikátní layout, který je inspirován také otáčející se Kafkovou hlavou, využívá právě jednoduché linky v kombinaci se symbolikou předmětu. Hrdiny této kampaně se tedy staly různé dobroty, nabodnuté na vidličky. Vidličky se objevily jako 3D objekty, vystavení na piazzie, na polepech vstupních dveří, na webu či Facebooku. Pro ucelený dojem z komunikace jsme sjednotili i navigaci a další komunikační prvky budovy.

**Výsledky projektu:** Footfall v objektu ani během rekonstrukce nepoklesl, po otevření Food Levelu vzrostl k 50.000 návštěvníkům denně, což překonalo očekávání klienta. Nový Food Level navíc vykazuje výborné prodejní výsledky, nájemci jsou nadšeni. Interaktivní prvky komunikace jsou zákazníky zcela spontánně postovány na sociální síť. Quadrio žije novým životem.



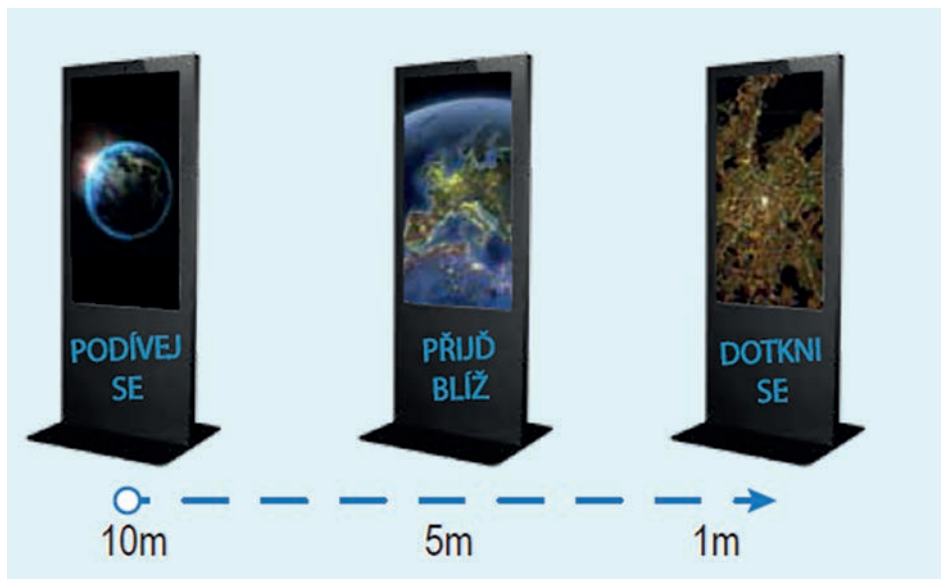
## EMOTION MAGIC MIRROR

**Zadavatel:** UGO! Media  
**Přihlašovatel:** UGO! Media  
**Autor:** UGO! Media  
**Materiály:** Zrcadlo, hardware, kov, plast

**107**

**Použití exponátu:** Vedle toho, že eMotion Magic Mirror dokáže upoutat pozornost tím, že je zrcadlem, které interaktivně promítá obsah a umí interagovat na základě rozpoznávání obrazu, jeho velká síla spočívá ve sběru dat o návštěvnických prodejny a jejich chování, která mohou sloužit ke zlepšování obchodních výsledků.

**Charakteristika exponátu:** eMotion Magic Mirror je na první pohled docela běžné interierové zrcadlo. V několika ohledech je však přece jen něčím zvláštní. Co je to? První odlišností je, že toto zrcadlo má pod povrchem integrovaný displej a dokáže na sobě zobrazovat libovolný digitální obsah. To samo o sobě vytváří nové možnosti komunikovat v retailu zajímavým způsobem a na novém médiu (na zrcadle). To však ještě není zdaleka vše, protože mimo to eMotion Magic Mirror využívá umělé inteligence a na základě rozpoznávání obrazu (před zrcadlem) dokáže bleskově vyhodnocovat informace o lidech, kteří stojí před ním. Rozpozná jejich pohlaví, věk, náladu, tato data dokáže vyhodnotit v reálném čase a na jejich základě okamžitě interaktivně zareagovat (například přehrát na svém povrchu cílené reklamní sdělení).



## KIOSEK S KAMEROU + INTERAKTIVNÍ OBSAH

**108**

**Přihlašovatel:** Samsung Czech and Slovak, s.r.o.

**Autor:** BSS Praha

**Charakteristika exponátu:** Kiosk standardně přehrává reklamní obsah. Po přiblížení zákazníka na předdefinovanou vzdálenost se obsah může změnit (například zákazníka vyzvat, aby se displeje dotknul) a následně se plocha změní v interaktivní dotykový kiosk, na kterém je možné vyhledat informaci (informace o zboží, výběr z katalogu, automatická objednávka atd.).

Díky face recognition je možné rovněž sledovat a vyhodnocovat, kolik osob konkrétního pohlaví a věku se na displej podívalo za dané období a na základě zjištěných informací upravovat obsah pro konkrétní cílové skupiny.



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



**POPAI  
AWARDS**



**109**

## **NABÍJEČÍ STANICE PRO MOBILY**

**Zadavatel:** YELLO  
**Příhlašovatel:** friendlyway s.r.o.  
**Autor:** friendlyway s.r.o.  
**Materiály:** Elektronika

**Použití exponátu:** Instalace v obchodních centrech. Jedná se o prezentaci značky analogovou i digitální formou prostřednictvím dobíjecích stanic pro mobilní zařízení. Služba dobíjení, zejména mobilních telefonů, je poskytována bezplatně a pomáhá emocionálně podporovat vztah mezi uživatelem dobíjecí stanice a prezentovanou značkou.

**Charakteristika exponátu:** Dobíjecí stanice na zabezpečené dobíjení mobilních zařízení (mobilních telefonů, tabletů, fotoaparátu, atd). Dobíjecí stanice je nositelem sdělení včetně značky a to formou analogové i digitální reklamy.