

PRŮVODCE OBOREM MARKETING AT RETAIL

GUIDE THROUGH THE MARKETING AT RETAIL INDUSTRY

2021



POP AI CENTRAL EUROPE je středoevropskou pobočkou světové asociace POPAI. Jsme nezisková organizace, jejímž posláním je podpora marketingu v místě prodeje.

Naše vize

Věříme, že dobré vztahy v oboru pomáhají zlepšovat a posouvat celé odvětví retailu.

Naše mise

Vytváříme aktivní komunikační platformu pro vzdělávání, sdílení a rozvoj oboru in-store marketing.

Jaké používáme nástroje

- Konference, semináře, workshopy, diskuzní fóra.
- Výzkum místa prodeje a jeho definice.
- Networking, medializaci a soutěže.

Naše hodnoty

- V inovacích vidíme příležitost jak rozvíjet náš obor.
- Celosvětový nadhled oproštuje od lokální slepoty.
- Jednat fér a otevřeně sdílet poznatky a zkušenosti.

ČLENOVÉ VEDENÍ POP AI CE

Petr Šimek

Prezident POPAI CE

Daniel Jesenský

Viceprezident POPAI CE

David Lesch

Garant sekce Digitální komunikace POPAI CE

Viera Černá

Garant sekce Reklamní předměty POPAI CE

Andrea Vozníková

Členka rady POPAI CE

Martin Hasilík

Člen rady POPAI CE

Jiří Hubka

Člen rady POPAI CE

Josef Kroulík

Člen rady POPAI CE

Zdeněk Sobota

Člen rady POPAI CE

POP AI CENTRAL EUROPE is the Central European branch of the world association POPAI. We are a nonprofit organization, our mission is to promote the marketing at retail industry.

Our Vision

We believe that good relationships help to improve and advance the entire retail industry.

Our Mission

We create an active communication platform for learning, sharing and developing the in-store marketing industry.

Our Tools

- Conferences, seminars, workshops, and discussion forums.
- Research of the point of sale and its definition.
- Networking, publicity and competitions.

Our Values

- We see innovation as an opportunity to develop our industry.
- We believe a global perspective surpasses a local blindness.
- We act fairly and openly share knowledge and experience.

BOARD MEMBERS POP AI CE

Petr Šimek

President POPAI CE

Daniel Jesenský

Vice President POPAI CE

David Lesch

Guarantor of section for Digital communication POPAI CE

Viera Černá

Guarantor of section for Promotional items POPAI CE

Andrea Vozníková

Board member POPAI CE

Martin Hasilík

Board member POPAI CE

Jiří Hubka

Board member POPAI CE

Josef Kroulík

Board member POPAI CE

Zdeněk Sobota

Board member POPAI CE

Tato publikace, kterou vydává asociace POPAI CENTRAL EUROPE, přibližuje odborné veřejnosti obor marketingu v retailu (marketing at retail), jeho současný význam i směry jeho vývoje. Publikace rovněž obsahuje seznam předních společností oboru, které jsou sdruženy pod asociací POPAI CE a které jsou uznávány jako seriózní a důvěryhodní profesionálové reprezentující standard kvality oboru.

The purpose of this brochure published by POPAI CENTRAL EUROPE is to approach the professional public to the marketing at retail industry and to specify its current importance and its development trends. The brochure introduces also a range of leading specialist companies associated under the POPAI CE country office which are recognized as serious and credible experts representing the quality standards of the profession.

Obsah

- 6** Využití POP médií v marketingové komunikaci
Importance of POP media in marketing communication
- 9** Dárkové předměty jsou klíčové při budování obchodních vztahů
Gift items are crucial in building business relationships
- 12** Pandemie přinesla do světa retailu výraznou digitalizaci.
Co bude po pandemii?
Significant digitalization in retail due to COVID-19
and what can we expect in the future?
- 16** Budoucnost retailu je v kombinaci digitálu a fyzická
HOUR OF TRUTH
- 18** Soutěž POPAI AWARDS 2020
ukázala skvělou úroveň projektů komunikace v retailu
The POPAI AWARDS 2020 competition highlighted
an excellent quality of communication projects in retail
- 24** POPAI STUDENT AWARD
Nové studentské projekty pro komunikaci v retailu jsou originální a kreativní
New student projects for communication in retail are original and creative.
- 26** Soutěž Hvězda 3D reklamy představila již po dvacáté
nejlepší reklamní a dárkové předměty
Star of 3D advertising Competition presented
the best promotional and gift items
- 28** Významné projekty POPAI CE
Significant POPAI CE projects
- 30** Členové POPAI CENTRAL EUROPE
POPAI CENTRAL EUROPE members



Petr Šimek

prezident POPAI CE
President POPAI CE

Zase o kus dál...

Retail je důležité odvětví a stále roste. Pokud se podíváme do databáze Scopus, která eviduje odborné články a citace v různých kategoriích zjistíme, že slovo RETAIL se ve výzkumném světě objevuje stále častěji. Od roku 2017, kdy se objevilo v 3571 článcích, až po rok 2020, kdy vzrostlo na 4438 článků (2018 - 3902, 2019 - 4247). Nejde tedy jen o odvětví, které těžilo například z turistického ruchu, kdy se výlohy obchodů v New Yorku, Paříži nebo Londýně stávaly často uměleckým dílem a cílem úlovku fotoaparátu turistů. O retail se stále častěji zajímá i akademická sféra, která nám velmi často pomáhá najít důležité vztahy, o které se v retailu můžeme opřít.

Poslední několik let neustále slyšíme, jak se retail mění a jak tyto poslední roky vydají za několik dekád. To, čím retail aktuálně prochází, je zcela zásadní a tyto změny velmi pravděpodobně ovlivní celé odvětví na mnoho dalších let. Byť již vycházejí studie, které předpovídají, jak aktuální frekvence nakupování ovlivní situaci po pandemii, jde pouze o teoretické materiály, které nereflektují nejdůležitější proměnnou, tedy schopnost člověka adaptovat se.

Retail tu totiž byl už od pradávna a retail s námi zůstane. Křižovatky cest, na kterých vznikala první tržiště a poté obchody, využívaly potenciál velkého množství lidí nejen pro prodej, ale také pro šíření povědomí o produktech a značkách. Všichni věděli, kam zajít. Každá křižovatka byla vyhlášená něčím jiným: někde měli nejlepší hedvábí, jinde zemědělské plodiny. Tržiště se stávala prodejní platformou a současně plnila roli socia-

lizace společnosti, vzdělávání a sdílení informací. A byť slyšíme ze všech stran, že vše nakonec převálcuje online, nebude tomu tak. Právě ona historická zkušenost uzavírá kruh. Například Hudson Bay už v roce 1913 nabízel možnost objednávek z katalogu a zaslání zboží přímo zákazníkům domů. Dnešní internetové šílenství tedy není ničím jiným než využití dalšího prodejního kanálu, alternativy k dosavadním nástrojům. Lidé se stále budou chtít scházet, produkty si zkoušet a navzájem interagovat. Aktuální pandemie tuto potřebu v mnoha z nás ještě povzbuzuje, nikoli zabíjí.

Retail přežil mnohé. Mor, války, povodně i zemětřesení a přežije i pandemii koronaviru. Je potřeba se na něj ale dívat v novém kontextu, kdy zákazníci již nejsou odkázáni jen na jedno jediné místo, kde si mohou službu nebo produkt koupit. Chtějí využívat sadu možností, kdy si každý může vybrat tu, která mu bude nejvíce vyhovovat. Nike otvírá nová komunitní místa, kde se dozvíte vše, co ohledně sportu potřebujete. Apple zase ke svým produktům vytváří služby, které podporují jejich využití. Onehdy jsme se báli, že zmizí tištěné knihy a ejhle, Amazon začat otvírat knihkupectví.

Pohledy a přístupy se mění, ale retail zůstává. Je ale jasné, že se zase posunul o kus dál. Nejen móda, ale i retail prochází různými cirkulačními změnami. Hledejme v té aktuální příležitosti pro každého z nás

A step further again...

Retail is an important industry and continues to experience growth. If we look at the Scopus database, an academic database that records professional articles and citations in various categories, we find that the word “retail” appears more and more frequently. From 2017, when it appeared in 3,571 articles, to 2020, when it appeared in 4,438 articles (2018 - 3902, 2019 - 4247). Retail is not just an industry that has benefited from tourism, for example, where shop windows in New York, Paris, or London have become works of art and tourist attractions in their own right. The academic sphere is also increasingly interested in retail, helping us to answer important questions.

We hear all the time how retail is changing and how the industry has changed more over the past few years than over the past few decades. The changes retail is currently experiencing are critical and are likely to affect the industry for years. Although reports have been published predicting how the pandemic will affect shopping behaviour in the long-term, they are theories that reflect the most critical variable, namely people’s ability to adapt.

Retail has been here since ancient times and is here to stay. The intersection of roads were the first marketplaces with stone stores being created to exploit large groups of people not only for selling but to spread awareness of products and brands. Everyone knew where to go. Each crossroads was famous for something different; some had the best silk, others crops. The marketplace became a sales platform and, at the

same time, a place for socializing, education, and the sharing of information. And even if we hear from all sides that brick-and-mortar is dead and e-commerce is the future, this is certainly not the case. It is this historical experience that closes the circle. As early as 1913, The Hudson Bay Company published its first mail-order catalog, sending goods directly to customers’ homes. Today’s e-commerce craze is simply the adoption of another sales channel, a new tool in the retailer’s toolkit. People still want to meet in person, test and try products and have meaningful interactions with one another. The pandemic does not kill this need in many of us; it encourages it.

Retail has survived many challenges, including plague, war, floods, and earthquakes. It will survive the coronavirus pandemic as well. However, it is necessary to look at it in a new context, where customers are no longer dependent on a single place for buying a service or product. They want options where they can choose the one that suits them best. Nike is opening community stores where you can learn everything you need to know about sports. And Apple creates services for its products that support their use. At one time, we were afraid that the printed book would disappear, and lo and behold, Amazon is opening a bookstore.

Perspectives and approaches are changing, but retail remains. We have simply taken another step forward. Not only fashion but also retail is undergoing various circular changes. There is an opportunity here for each of us.

Využití POP médií v marketingové komunikaci



Daniel Jesenský, vice-president POPAI CE
Andrea Vozníková, člen rady POPAI CE

Výzkum oborové asociace POPAI CE, který pro ni realizovala výzkumná agentura Nielsen, monitoroval aktuální názory a postoje zadavatelů reklamy k in-store komunikaci. Do průzkumu byly zařazeny firmy z různých sortimentních kategorií, přičemž nejsilněji byly zastoupeny potraviny, alkoholické i nealkoholické nápoje, ale také kosmetika, drogerie nebo pivo.

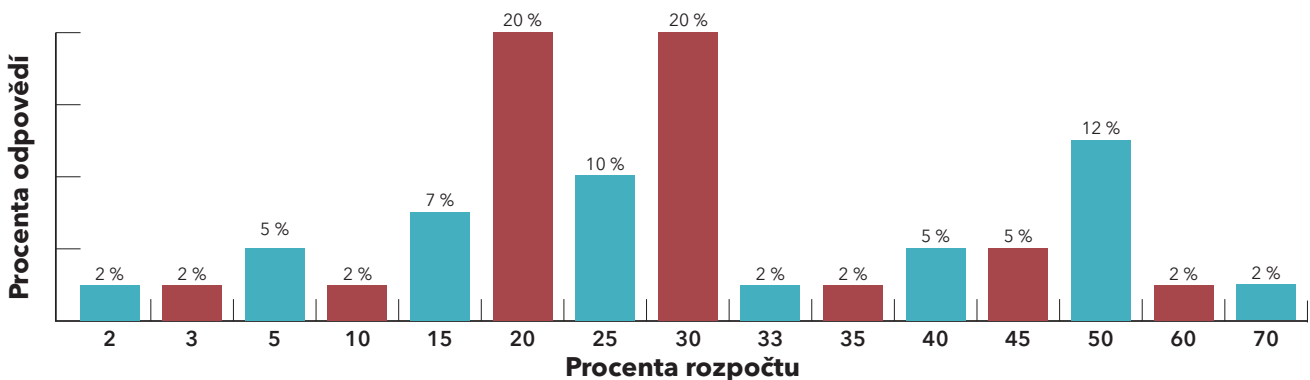
Výzkum potvrdil, že důležitost in-store komunikace v komunikačním mixu roste a in-store média zaujímají nezastupitelné místo v aktivitách českých zadavatelů. V tomto článku přinášíme výsledky výzkumu, které se týkají postavení jednotlivých in-store komunikačních prostředků v rámci mediamixu a rozdílů FCMG a non FMCG firem v postojích k in-store komunikaci.

Nejdůležitějším médiem in-store komunikace jsou letáky následované regálovými prostředky

In-store komunikace představuje nedílnou součást marketingového mixu. Největší důležitosti se těší letáky, které zadavatelé ke své propagaci ze všech prostředků využívají nejvíce. Jejich role navíc za posledních pět let posílila.

Až 82 % dotázaných zadavatelů ve své komunikaci s POP médií počítá – po televizi a internetu jsou třetím nejdůležitějším kanálem. Jejich důležitost je navíc hodnocena výše než před pěti lety a stejně jako před 10 lety, kdy ještě zdaleka nebyl tak rozvinutý internet a chytré telefony.

Do komunikace v místě prodeje směřuje 24 % z celkových marketingových investic. Až 60 % respondentů je však toho názoru, že alokovaný podíl by měl být vyšší. Až 12 % zadavatelů si myslí, že by měly tvořit dokonce polovinu marketingových investic či více. Mezi argumenty pro větší nasazování in-store komunikačních prostředků k propagaci patří jednak jejich prokazatelný efekt na značku, větší zapojení znalostí o nákupním chování a také nižší cena za kontakt s touto reklamou. (Graf č. 1)

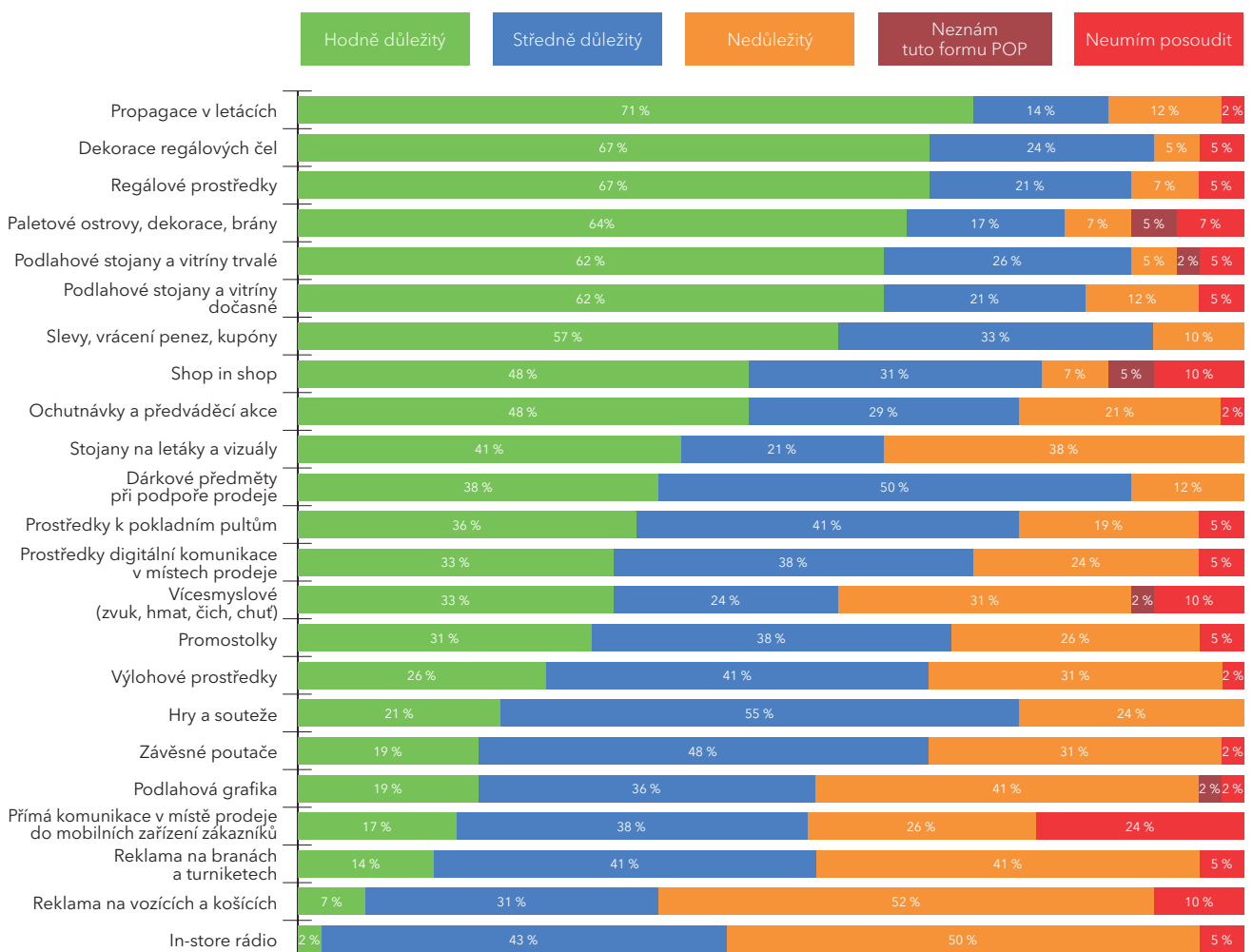


Graf č. 1: Ideální podíl marketingové komunikace v místě prodeje na celkovém rozpočtu na marketingovou komunikaci, zdroj: POPAI CE (N=41).

Importance of POP media in marketing communication

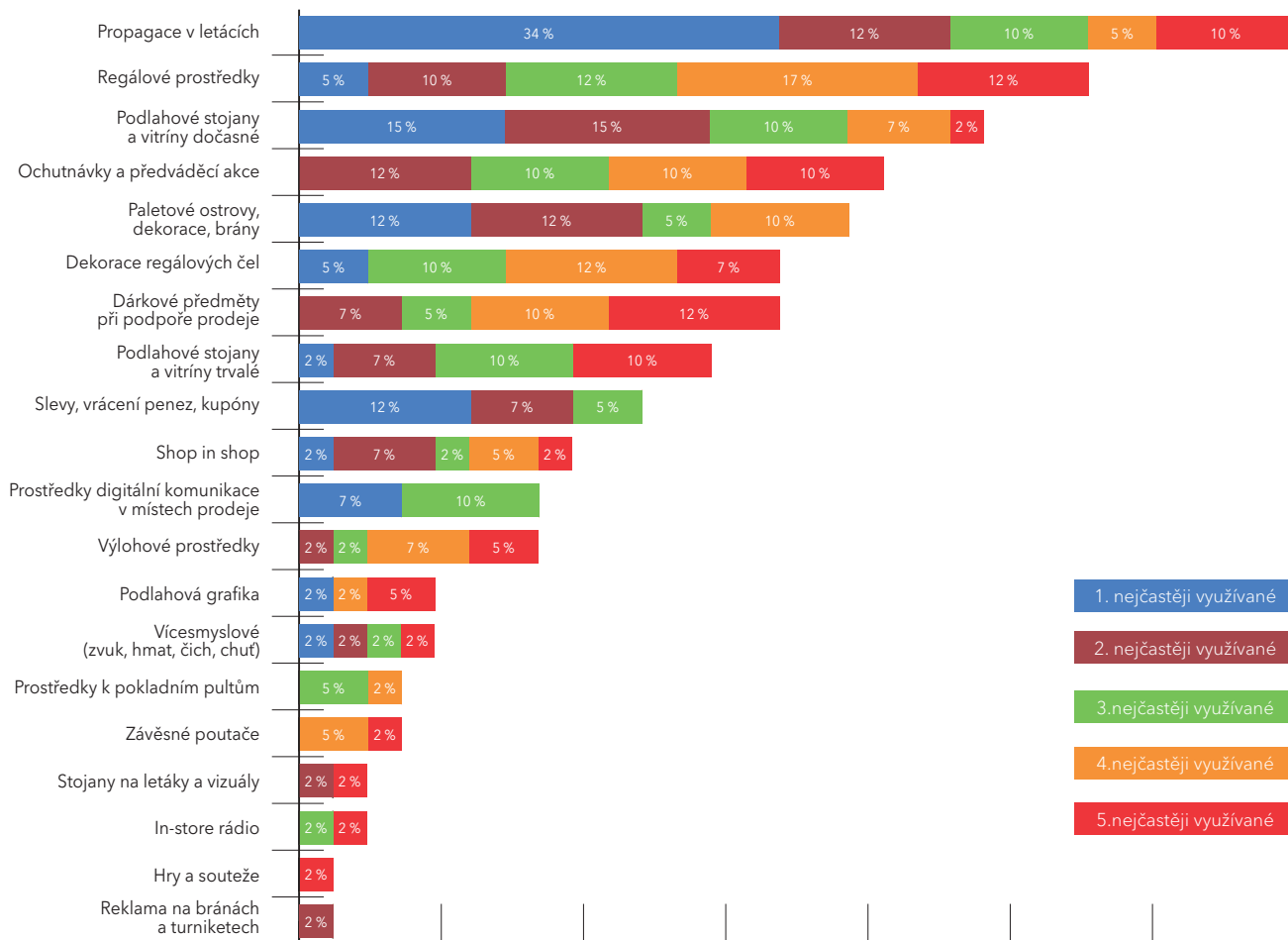
The POPAI CE research, carried out for it by the Nielsen research agency, monitored the current views and attitudes of advertisers to in-store communication. The survey included companies from various product categories, with food, alcoholic and non-alcoholic beverages, as well as cosmetics, drugstores and beer, being represented most frequently. POP media are an integral part of the communication mix. In terms of their importance they rank just behind television and the Internet. Furthermore, their role keeps growing over time, or more precisely, more and more companies count on them for their promotion.

Mezi nejdůležitější POP média se řadí podle zadavatelů letáky, regálové prostředky a dekorace regálových čel. Oproti období před pěti lety vzrostla důležitost u paletových ostrovů, regálových prostředků či podlahových stojanů. Naopak poklesla důležitost her a soutěží. (Graf č. 2)



Graf č. 2: Důležitost jednotlivých POP prostředků, zdroj: POPAI CE.

Ve srovnání s výše uvedeným vnímáním důležitosti se však pořadí reálně nejvyužívanějších POP médií liší. Nejvíce využívaným je sice i v tomto případě propagace v letáčích, jejichž role v čase ještě posílila (+ 27 %). Následují podlahové stojany, paletové ostrovy a slevy. (Graf č. 3)



Graf č. 3 - Nejčastěji využívané POP prostředky 2019, zdroj: POPAI CE.

I nadále přetrvává u POP médií převaha dočasných (62 %) nad těmi trvalými. Míra jejich dominance se však za posledních pět let v podstatě nezměnila. Silnější zastoupení mají dočasná média u FMCG firem (68 %), naopak výrazně slabší u firem non FMCG (48 %).

Pro FMCG společnosti je in-store komunikace, o jejíž nasazení rozhoduje zejména trade marketing manager, v rámci marketingového mixu významnějším kanálem než televize a internet. U non FMCG, kde mají rozhodovací vliv spíše brand nebo marketing manažeři, případně top management, se řadí in-store komunikace až za televizi, internet, PR a tisk.

Nejčastěji využívaným in-store komunikačním prostředkem u FMCG zadavatelů je propagace v letáčích, dále podlahové dočasné stojany a paletové ostrovy, u non FMCG se prosazuje digitální komunikace. Naopak letáky hrají vedlejší roli.

In-store komunikace zastává v marketingovém mixu nezastupitelnou roli. Ta se však liší v závislosti na kategorii: zatímco u FMCG firem představují nejdůležitější komunikační kanál, u non FMCG zadavatelů je spíše menšinový. Z POP médií se nejvíce prosazují letáky, regálové prostředky a dekorace regálových čel. I v tomto ohledu však panují rozdíly mezi segmenty: zatímco letáky jsou klíčové pro FMCG značky, pro non FMCG je důležitější digitální komunikace.

Dárkové předměty jsou klíčové při budování obchodních vztahů

Jak hodnotí spotřebitelé dárkové předměty a které typy dárkových předmětů jsou nejoblíbenější? Jaké segmenty reklamních předmětů jsou nejvíce zastoupeny ve firemních rozpočtech? Co je pro zadavatele při výběru dodavatele dárkových předmětů nejdůležitější? Těmito a dalšími otázkami se zabýval unikátní výzkum, který realizovala asociace POPAI CE společně s výzkumnou agenturou Nielsen Czech Republic v období 2019/2020.

Výzkum detailně analyzoval současný trh reklamních a dárkových předmětů a navázal na předchozí šetření v této oblasti z let 2008/2009.

Projekt proběhl za partnerské podpory významných subjektů působících v oboru reklamních dárků. Na výzkumu se podílela společnost REDA, a.s. jako generální partner projektu a dále společnost iMi Partner a.s. jako hlavní partner. Dalšími partnery výzkumu byly společnosti YASHICA s.r.o. a Továrna design s.r.o..

Sběr dat byl proveden online na vzorku obecné populace obdarovaných (N= 160) a zadavatelů dárkových předmětů (N= 71). Do obecné populace se řadili spotřebitelé, kteří jsou příjemci dárkových předmětů, a to jak z firem, tak z obecné

Gift items are crucial in building business relationships

What is the view of consumers on gift items and which types of gift items are most popular? What segments of promotional items are most represented in company budgets? What is most important for the clients when choosing a supplier of gift items? These and other issues were addressed by a unique research carried out by the POPAI CE association together with the research agency Nielsen Czech Republic in the period 2019/2020.

populace. Zadavatelé dárkových předmětů byly společnosti, které dárkové předměty nakupují a byly osloveny na základě databáze.

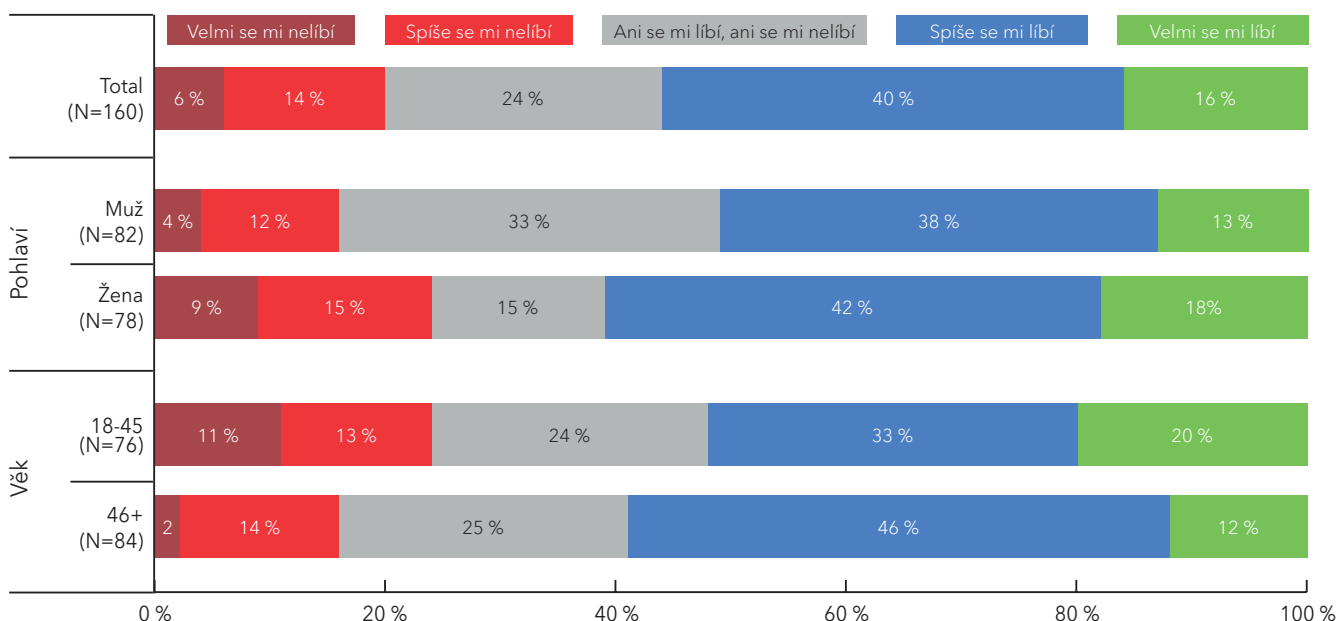
Dárkové předměty se obecně spotřebitelům líbí

Výsledky výzkumu potvrdily, že dárkové předměty jsou pro spotřebitele obecně oblíbené, líbí se především ženám a vyšší věkové kategorii spotřebitelů. (Graf č. 1)

Většinu dárkových předmětů, které spotřebitelé dostávají, považují za užitečné a využívají je většinou pro vlastní potřebu.

Graf č. 1: Nejprve by nás zajímal Váš osobní názor na dárkové předměty. Do jaké míry se Vám osobně líbí?

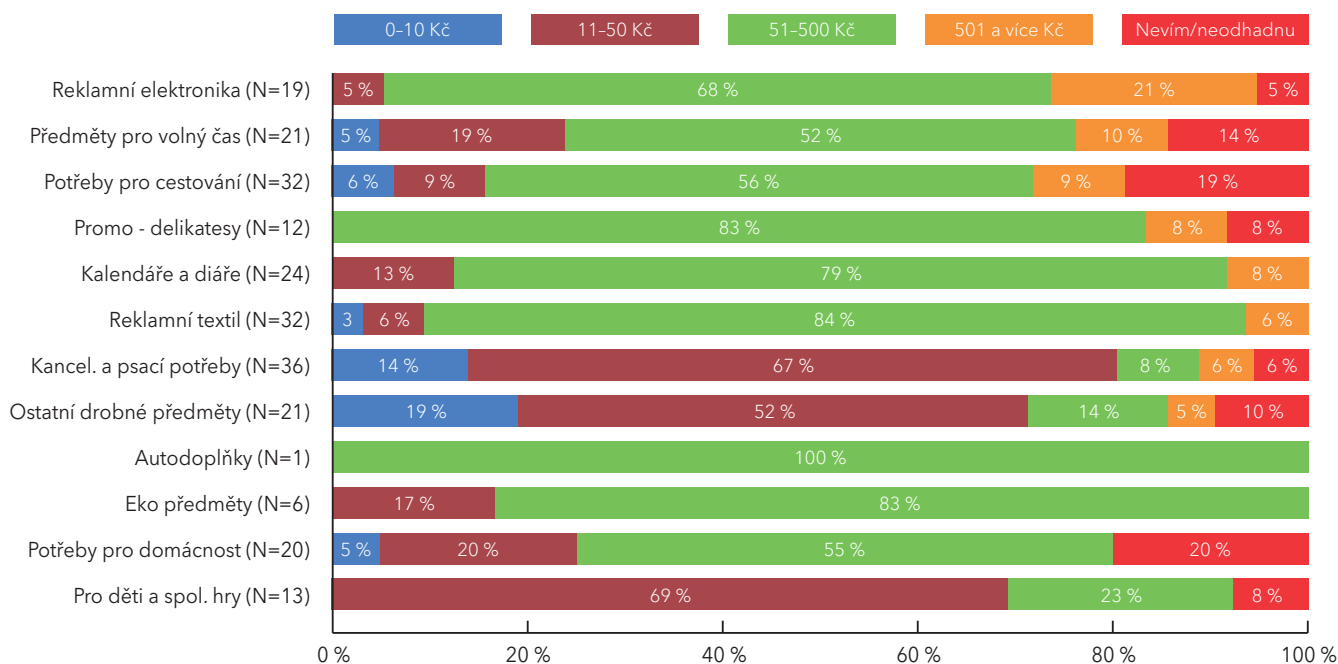
Nejprve by nás zajímal Váš osobní názor na dárkové předměty. Do jaké míry se Vám osobně líbí?



Kancelářské potřeby, reklamní textil a potřeby pro cestování jsou kategorie, které zadavatelé nejčastěji nakupují, a jsou proto nejvíce zastoupeny ve firemních rozpočtech. Toto koresponduje i s výsledky šetření z let 2008/2009. (Graf č. 2)

Graf č. 2: Mezi nejčastěji nakupované kategorie patří kancelářské potřeby, reklamní textil a potřeby pro cestování.

V jaké cenové kategorii se pohybují předměty, které jsou nejvíce zastoupeny ve Vašem rozpočtu?

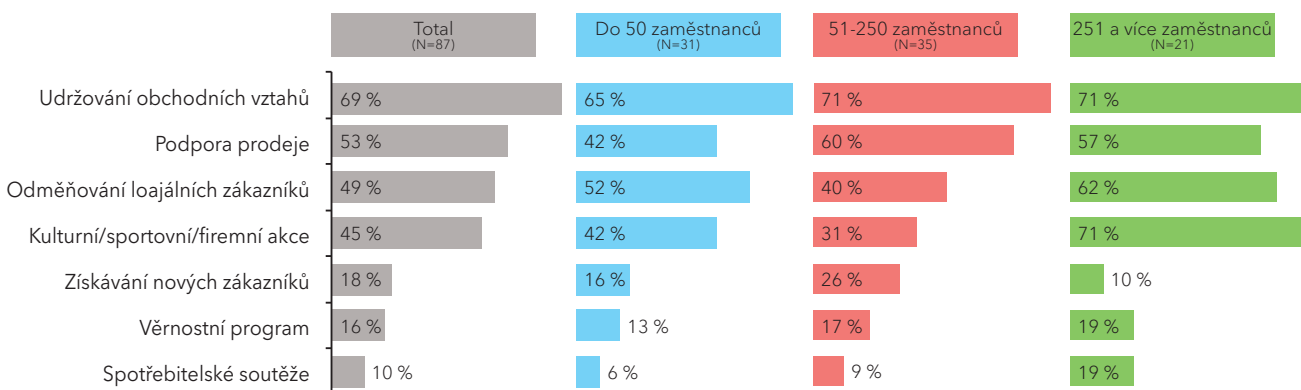


Ze zjištění výzkumu vyplynulo, že obdarování nejčastěji dostávají ty kategorie výrobků, které zadavatele nejvíce objednávají (kancelářské potřeby, kalendáře, diáře, reklamní textil a drobné osobní předměty). Spotřebitelé by rovněž rádi dostávali více předmětů drobné elektroniky a také speciální potravinové delikatesy. Drobná elektronika a speciální potravinové delikatesy jsou změnou oproti předchozímu šetření, kde byly zastoupeny zcela minoritně. Všechny ostatní hlavní kategorie dárkových předmětů se v průběhu let příliš nezměnily.

K hlavním důvodům, proč zadavatelé nakupují dárkové předměty, patří jejich využití pro budování a udržování obchodních vztahů (69 % respondentů), k podpoře prodeje (53 %) a také k odměňování věrných zákazníků (49 %). I tyto důvody korespondují s předchozím šetřením. (Graf č. 3)

Graf č. 3: Zadavatelé vybírají dodavatele dárkových předmětů zejména podle předchozí zkušenosti s danou společností.

Podle jakých kritérií si vybíráte dárkové předměty?



Podle jakých kritérií vybírají zadavatelé dárkové předměty?

Při výběru dodavatele dárkových předmětů se zadavatelé nejčastěji rozhodují na základě předchozích pozitivních zkušeností a referencí, dalším významným kritériem pro výběr je rozpočet. Osobní doporučení je velmi oceňováno a dává dárku osobní rozměr. Nové dodavatele rovněž zadavatelé hledají sami na internetu a hlavním zdrojem informací je v tomto směru Google.

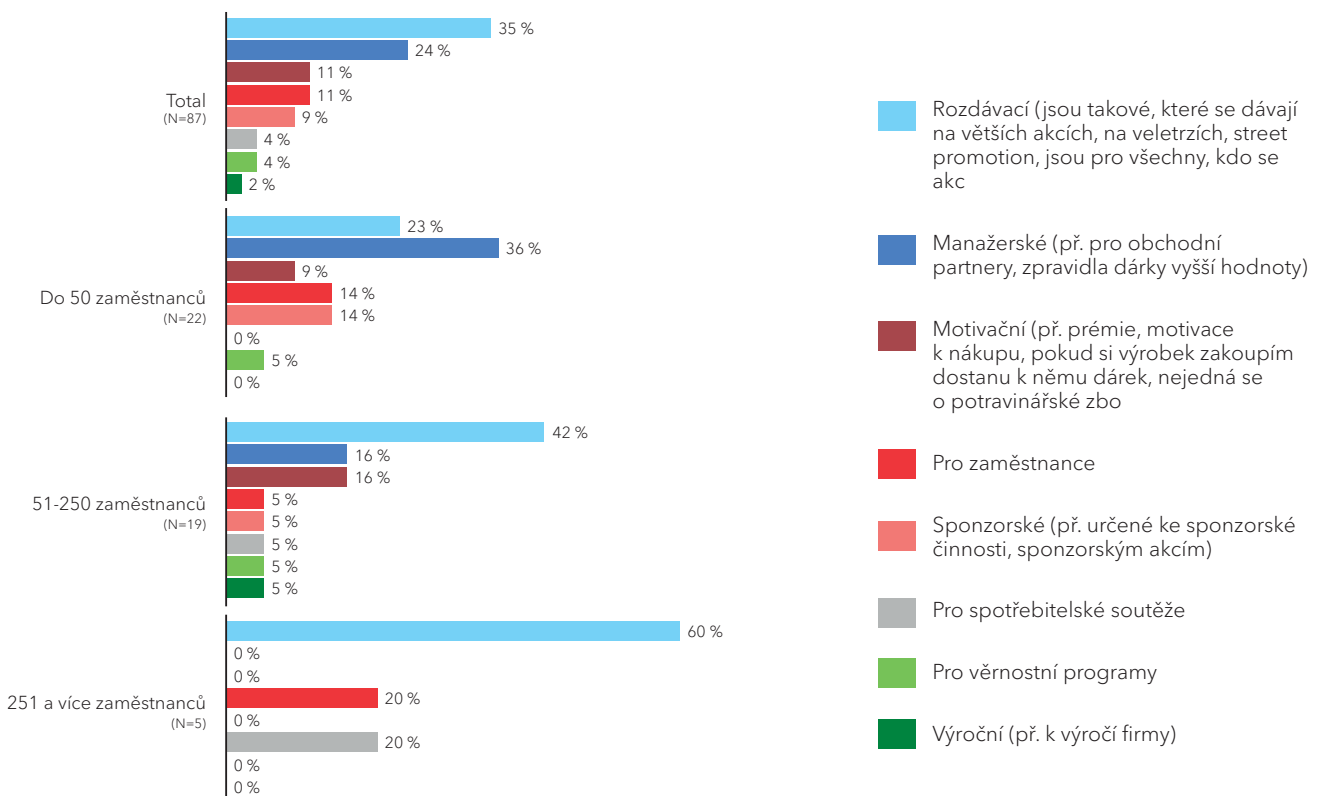
Zadavatelé pro výběr dárkových předmětů dávají v naprosté většině přednost online katalogu a e-shopům - tento způsob výběru dárkových předmětů je důležitý pro 76 % dotázaných. Pro 60 % dotázaných zadavatelů je důležitý tištěný katalog a 57 % respondentů upřednostňuje výběr dárků na základě osobního kontaktu s obchodním zástupcem. Zde nám došlo ke změně, kdy v předchozím šetření vítězil tištěný katalog, dnes se výběr posunul více do online prostředí. ale význam obchodního zástupce zůstal nezměněn.

Které druhy dárkových předmětů mají podle účelu použití největší potenciál růstu?

Největší potenciál růstu přisuzují zadavatelé rozdávacím dárkům, které se využívají na větších akcích, veletrzích, během street promotion apod. Významný potenciál mají podle zadavatelů také manažerské dárky, které představují zpravidla předměty vyšší hodnoty. Jejich potenciál je patrný zejména pro menší společnosti, které považují manažerské dárky za účinný nástroj pro budování obchodních vztahů. (Graf č. 4)

Graf č. 4: Zadavatelé vidí potenciál do budoucna zejména v rozdávacích dárkových předmětech.

Který druh dárkových předmětů podle účelu použití má podle Vašeho názoru největší potenciál růstu do budoucna?



Zadavatelé objednávají dárkové předměty převážně jedenkrát ročně, větší společnosti pak několikrát do roka. S ohledem na nižší frekvenci objednávání dárkových předmětů by se měl obchodní zástupce dodavatele zaměřit na budování silného vztahu se zadavatelem.

Protože zadavatelé také v současnosti častěji volí objednávání přes reklamní agenturu, nabízí se zde možnost strategických aliancí právě s vybranými agenturami.

Obal je důležitý pro vyjádření prestiže dárku

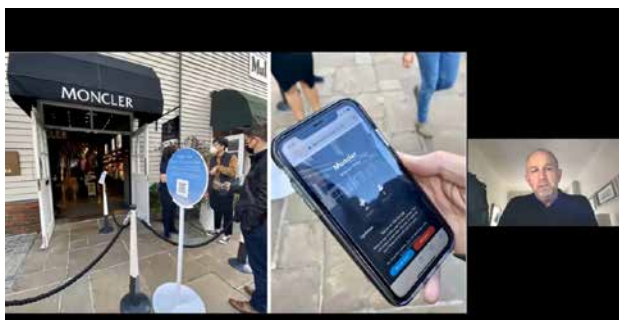
Investice do obalu se vyplatí zejména u dárků s vyšší hodnotou, kdy chce zadavatel zdůraznit prestiž darovaného dárku. Dle zjištění výzkumu se nákladný obal jeví pro běžné spotřebitele jako zbytečná investice.

Celkově tedy i ve srovnání s minulým šetřením důležitost dárkových předmětů nepoklesla a stále jsou prostředkem k ocenění spolupráce.

Pandemie přinesla do světa retailu výraznou digitalizaci. Co bude po pandemii?

Daniela Krofiánová, Pavel Neumann

Velká část našich životů se přesunula do on-linu v důsledku doby covidové a nutnosti dodržovat protiepidemiologická opatření. To urychlilo vývoj všech digitálních technologií a upevnilo jejich pozici. Své místo samozřejmě zaujaly a budou zaujímat také v retailu. Příklady nových digitálních nástrojů a projektů z našeho i zahraničního trhu ukazují, co patří k výrazným trendům v oblasti digitální komunikace v retailovém prostředí a které z nově vzniklých technologií bude možné využít i v budoucnu.



Budoucnost bude o propojení offline a online retailu

Dramatické změny v oblasti evropského retailu a očekávané trendy v této sféře popisuje Steve Lister, Global and Sustainability Strategist z Velké Británie.

„Firmy musí hledat různé cesty k tomu, aby mohly dále nabízet své produkty a služby. Řada z nich se zaměřila na online prodej a bezpečné doručování zboží do domu. Mnoho kamenných obchodů začalo využívat QR kódy na svých



Significant digitalization in retail due to COVID-19 and what can we expect in the future?

Nowadays most of our time we spent living on-line due to the pandemic and government restrictions. That being said these circumstances accelerated the development of digital technologies and made them more important. Digital technologies have been very visible also in retail. Examples from both local and international markets of new digital tools and projects are showing us main trends of digital communication in retail and which of these trends we'll be using after the pandemic.

výlohách. Zákazník si tak může naskenováním QR kódu buď zboží rovnou objednat domů, nebo si prostřednictvím mobilního telefonu zboží virtuálně vyzkoušet. Objevil se také trend bezdotykových zařízení, která se dají ovládat gesty či pohledem. Takový automat nabízí například Coca-Cola, kdy si nápoj vyberete pohledem a zaplatíte bezkontaktní platební metodou,” zdůrazňuje Steve Lister.



Co se děje nyní, kdy pandemie v Evropě začíná pomalu ustupovat a obchody se začínají znovu otevírat? Objevují se nové služby a technologie, které mají za cíl nakupování v této době ulehčit. V některých obchodech si můžete rezervovat nakupování v určitý čas, jinde se objevily chytré semaforey, které informují o tom, kolik se v obchodě v danou chvíli již nachází zákazníků. Nové prvky in-store komunikace instruují zákazníky, kde a jak se mají v obchodě pohybovat. K nim patří značení a samolepky v prodejnách s informacemi, kolik může být uvnitř zákazníků. K omezení front některé obchodní společnosti poskytují aplikaci, která vám sdělí, za jak dlouho budete moci do obchodu přijít.

Dobrym příkladem je McDonald's v Holandsku, kdy pro zachování dostatečných rozestupů zákazníků ve frontě firma využila velké, nápadné žluté podlahové samolepky. Velmi inovativním nástrojem v in-store je také podlahová samolepka od značky Coca-Cola, která vyzývá k udržování rozestupů a zároveň je její součástí QR kód se slevovým voucherem.

V budoucnu lze očekávat další propojení offline a online retailu. Společnost Amazon například nabízí v prodejně pomoc od hlasového asistenta Alexy. Můžete se zeptat na to, kde a který produkt v obchodě najdete, na složení produktů či na různé recepty. Na trhu jsou dále aplikace, které vás navigují nejkratší cestou po obchodě k výrobkům dle již doma vytvořeného nákupního seznamu. V Tesco si zase objednáte vše předem, přijedete na místo vyzvednutí a obsluha vám nákup vloží do kufru auta, aniž byste museli z auta vůbec vystoupit.

V Londýně byl nedávno otevřen nový obchod Amazon Fresh, který funguje na principu „frictionless“ technologií, které zajišťují bezproblémový a hladký nákup. Zákazník si při vstupu do obchodu stáhne aplikaci, která je spárována s jeho kreditní kartou. V prodejně vybrané výrobky uloží do tašky a v momentě kdy odchází, aplikace si z účtu zákazníka odečte částku za zboží a zašle elektronickou účtenku.

Zboží bychom se v obchodech před jejich nákupem neměli dotýkat, ale jak výrobek více poznáte? Prodejci to řeší prostřednictvím aplikace ve vašem mobilním zařízení, která vás u výrobku informuje, z jakého materiálu je produkt vyroben, jaké jsou instrukce pro praní a údržbu výrobku apod. Spolu s tím se využívá ve velké míře QR kódů, které nabízejí velkou interaktivitu. Můžete si tak přes vlastní telefon vyzkoušet, jak vám bude slušet třeba jiná barva vlasů či rtěnky. Objevily se také kiosky, které vám zdarma poskytnou vzorek produktů výměnou za informace o zákazníkovi a jeho nákupních zvyklostech. „Do budoucna lze předvídat ještě větší míru interakce zákazníků skrze QR kódy, které interaktivně spojují zákazníka s produktem. Firmy budou i nadále hledat cesty, jak více a efektivněji motivovat zákazníka k nákupům a ti budou

naopak očekávat, že značky přijdou s nabídkou nových nákupních zážitků,“ uzavírá Steve Lister svůj pohled na trendy v evropském retailu.

Cenovky jako součást digitálních světů

Jednou z digitálních technologií, které zažívají výrazný boom, jsou digitální cenovky. Na rozdíl od klasických papírových nabízejí mnoho výhod. Kromě úspory nákladů na tisk a jejich rozmístování jde zejména o možnost poskytování informací, které se na klasickou cenovku zkrátka nevejdou.

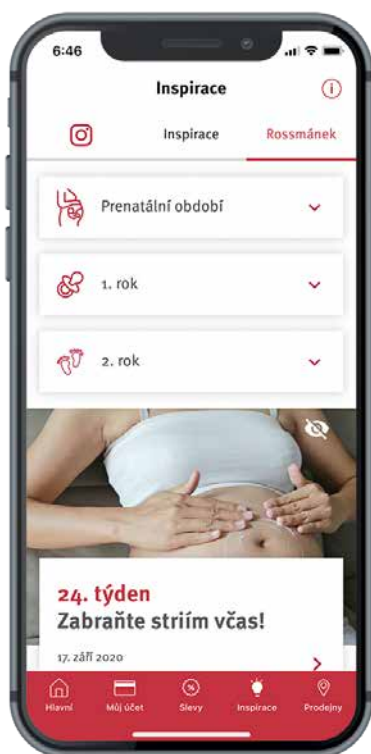


„Rozhodli jsme se, že zákazníkům poskytneme co nejvíce informací v okamžiku, kdy se rozhodují o nákupu, tedy přímo v prodejně. To klasické cenovky neumožňují,“ popisuje Petr Šimek, Managing Director společnosti WELLEN Retail Experience CZ. Jde o elektronické cenovky, které již nejsou založeny pouze na principu elektronického papíru, ale nabízejí mnohem sofistikovanější funkce. Kromě zobrazení informací na LCD displeji, které přicházejí z centrálního systému, nabízejí také interaktivitu a jsou součástí propracovaného informačního systému eMA (Electronic Merchandising Applications) z díly WELLEN, aktuálně nasazené v remodelovaných prodejnách společnosti Vodafone Czech Republic. „Probudí se dotykem nebo k nim mohou být připojena různá čidla, například pohybové. To zákazníka naláká, aby se přiblížil a komunikoval s nimi,“ vysvětluje Petr Šimek. „Doba covidová průnik nových technologií urychlila. Nerozmyslíme jen o tom, jak mohou technologie pomoci nám, ale chceme také, aby zprostředkovaly informace a především zážitek našim zákazníkům,“ přidává se Eva Ďurčanová, Head of Retail Sales, Vodafone Czech Republic. Cenovky jsou v nových prodejnách součástí koutků, které jim již nenabízejí jednotlivé produkty, ale prostřednictvím zážitků představují možnosti, které se jim nabízejí, pokud si pořídí některou ze služeb, jako je například připojení k rychlému internetu.



Interakce je možná díky mobilní aplikaci

Od plastové věrnostní kartičky se do digitální mobilní aplikace přesunula iniciativa drogerií ROSSMANN. „Tato forma představuje mnohem víc možností. Díky aplikaci je možné pro zákazníky vytvářet personalizované kupóny, rychle jim komunikovat promoce, a dokonce mohou prostřednictvím jejich účtů podpořit konkrétní charitativní projekt. Díky aplikaci zákazníkům nabízíme také inspiraci, a to formou nejrůznějších edukativních článků, ve kterých jim přinášíme rady, tipy a informace o novinkách. Loni jsme tak například ve spolupráci s pediatry pro maminky vytvořili průvodce mateřstvím. A spolupracujeme samozřejmě také s dodavateli na vytváření obsahů k jednotlivým produktům,“ konstatuje Martin Rákos, CRM Manager společnosti ROSSMANN Czech Republic. Jak dodává, díky tomu, že je aplikace digitální, je možné se zákazníky komunikovat také prostřednictvím notifikací či bannerů. V reálné čase je možné také pohotově informovat například o změně otevírací doby. Aby zákazníci nepocítovali při využívání mobilního telefonu žádné bariéry, mají v prodejnách k dispozici bezplatnou Wi-Fi. A aby byla komunikace ještě cílenější, plánuje společnost v letošním roce zavést testovací provoz technologie Beacon.



Bezpečí v provozovně hlídá chytrý semafor

Pandemie nahrála rozvoji zařízení, která hlídají počet nakupujících na prodejní ploše. Jedním z nich je také Semafor obsazenosti obchodu od společnosti AV Media Systems. Jde o systém, který díky inteligentním kamerám, softwaru a zobrazovacímu zařízení informuje příchozí zákazníky, zda ještě můžou vstoupit, nebo už nikoli. „Obrazovka umístěná u vchodu ukazuje maximální možnou kapacitu i aktuální obsazenost. Pokud se již kapacita blíží maximu, pozadí podobně jako na semaforu zoranžoví, a pokud již dosáhla maxima, zčervená. V případě, že je kapacita volná, je i pozadí na obrazovce zelené. Samozřejmě nechceme, aby zákazníci odešli, pokud se na obrazovce objeví stopka. Displeje je proto možné využít k zobrazování dalších informací, jako jsou marketingová sdělení, přičemž díky ozvučení může obchodník pustit také hudbu, a čekání tak příjemnit,“ vysvětluje Martin Zikmunda, obchodní konzultant firmy AV Media Systems. Tento systém také upozorní obsluhu, pokud by se i přes zákaz do provozovny pokoušel někdo vstoupit.



Jedinečný zážitek prostřednictvím digitálu

Doslova prošíkované digitálními technologiemi je nové návštěvnické centrum společnosti RUDOLF JELÍNEK v Praze na Malé Straně, které hrdě nese název Muzeum slivovice. Na rozdíl od klasických muzeí představuje místo, kde si návštěvníci vše kolem ovocných destilátů mohou prožít, a to nejen díky vystaveným exponátům, ale zejména prostřednictvím digitálních technologií. Jednou z nich je i virtuální realita. Ta ve spojení s pohyblivými sedadly návštěvníkům zprostředkuje „život švestky“ od jejího dozrání na stromě, až po její uzavření v podobě slivovice do láhve.

„Užívání ovocných destilátů vnímáme jako společenskou záležitost. Jsme rádi, že se nám podařilo vybudovat multifunkční zařízení, ve kterém prezentujeme nejen historii palírny, tradici, ale celý příběh ovocných destilátů, a to současnou digitální řečí. Tady vznikají emoce a emocionální zážitek spojený se značkou,“ popisuje Pavel Dvořáček, předseda představenstva společnosti RUDOLF JELÍNEK.

Samotná exkurze v Muzeu slivovice je rozčleněná do čtyř částí. První zastavení je věnováno historii páleníčářství ve Vi-

zovicích na Valašsku a osudů místních páleníčářských rodin. Ústřední multiprojekce, která vás provede časem od roku 1585 až do současnosti, je velmi emotivní. Motivem druhého zastavení je krajina, sady, trnky ... Dvanáctimetrová projekce návštěvníky přímo pohltí. Je cítit jarní vánek i teplo letních dnů. Třetí dveře vedou do zmiňovaného virtuálního světa. V poslední části si návštěvník bude připadat jako v likérce. Kvašení, destilace, zrání, stáčecí linka. Dozví se něco o kosher výrobcích, v kvízech může otestovat své znalosti a na závěr si může vyrobit i vlastní etiketu. Tu v prodejně vytisknou a nalepí na vybranou láhev. Součástí prohlídky je i ochutnávka tří ovocných pálenek a tří typických valašských jednohubek v jelínkovském baru.

V neposlední řadě je celý projekt připraven na rozvolnění stávajících opatření. Bez toho, aniž by se fyzicky setkaly, může centrum současně navštívit až šest skupin. Vstupenky lze zakoupit po internetu, ale i na místě v prodejním kiosku, mnohá zařízení uvnitř jsou bezdotyková a dezinfekci zajišťuje řada UV lamp.





**POP AI
FORUM**

Budoucnost retailu je v kombinaci digitálu a fyzická

Pavel Neumann

Kvůli koronavirovým opatřením neproběhla konference POPAI Fórum 2020 tak jako v předešlých letech klasicky, ale ve spolupráci se společností AV Media ji asociace POPAI CE uspořádala v závěru roku 2020 virtuálně. Sama konference tak potvrdila, jak rychle se v případě potřeby dokážou moderní technologie zhostit role klíčového prvku, kterým se digitální technologie stávají pro svět retailu i pro každodenní život.

Retail by měl v ideálním případě fungovat na bázi fyzická, lidského faktoru a technologického světa. Pouze mix těchto tří přístupů přináší vše, co od něj zákazníci očekávají.

Způsob práce se mění

Nepostradatelný kapitál pro veškerou retailovou oblast jsou ženy. Také pro ně představuje současná digitální transformace moderní pracovní místo, které v poslední době zaznamenalo takový vývojový skok, jaký by mu za normálních okolností trval dva roky. Díky digitalizaci mají možnost pracovat nejen vzdáleně, ale mohou uvést v život také nový způsob myšlení, který nebere v potaz jen odpracované hodiny, ale především výsledky. „K tomu přispívají technologie, díky kterým si lidé můžou vybrat způsob práce, který bude vyhovovat právě jim,“ popisuje Maria Lehnard, Integrated Marketing Lead, Microsoft CEE CMO Area. Nové technologie představují příležitosti, jako je například pracovat a přitom neohrožovat zdraví svoje i druhých, vybrat si dobu pro práci a ještě při tom ušetřit čas strávený dojížděním do zaměstnání.

Chceme výjimečné zážitky

Položme si otázku, jak v nynější vypjaté době funguje reklama a reklamní sdělení. Měli bychom vědět, zda a které funkce naše sdělení plní. Poskytuje potřebné informace? Upoutá pozornost? Je zábavné? Přesvědčí oslovené? Které aspekty se mění? Frekventovaným slovem současnosti



Foto:
pixabay.com

HOUR OF TRUTH

Held for the twelfth time, the annual POPAI FORUM, organized by the POPAI CENTRAL EUROPE association, took place by the end of 2020 and focused on key trends, prospects and changes in marketing communication in the retail sector. This event was held online due to coronavirus pandemic measures. What did the conference program bring? The PHD theory defines ideal retail as a combination of 3 worlds: Physical (P), Human (H) and Technological (D - digital). Only a combination of these approaches can deliver what customers expect.

The women play a significant role in the world of retail. POPAI FORUM was hosted entirely by women, who also presented their ideas and projects.

je například sdělení, které vyjadřuje něco víc než jen sdělení – jde o vyjádření emočního prožitku i intenzitu emocí. Nicméně neznamená přijetí a probíhá i tehdy, když se sdělovatelem nesouhlasíme. Pokud jde o obsah, je podle deklarací respondentů důležité, aby byl dostatečně barvitý, zajímavý, překvapující, fascinující, odlišný, včasný, a navíc uměl řešit problémy těch, které oslovujeme. Je to ale opravdu tak? A co lidé od reklamy očekávají? Na to odpovídá dlouhodobý výzkum Čechů a reklama. Ukazuje mimo jiné oblasti, kde jsou čeští spotřebitelé reklamou přehlčeni. Dlouhodobě je to v komerčních televizích, na internetu, v poštovních schránkách a aktuálně také na sociálních sítích. „Perspektivním prostorem ovšem stále zůstává místo prodeje, kde je ještě stále prostor pro navýšení. Nejmarkantnější tomu je u ochutnávky, ale za přiměřené respondenti považují i prostor na obrazovkách v místě prodeje a nabídky na stojanech a přímo v regálech,“ popisuje Jitka Vysekalová, čestná prezidentka České marketingové společnosti a expertka v oblasti psychologického výzkumu trhu, psychologie spotřebitele a reklamy. Dochází nicméně ke změnám v mediálním chování, což se projevuje tím, že roste sledování krátkých videí nebo živých streamingů i návštěvnost zpravodajských webů. Spotřebitelé jsou dnes stresováni časem, jsou spojeni novými technologiemi a žijí ve virtuálních světech. Přesto nás stále okouzluje nevšední zážitky a podléháme emocím. „Lidé chtějí výjimečné zážitky

a jsou ochotni do nich investovat. Zároveň také chtějí, aby jim reklama přinášela důvěryhodné a zajímavé informace," konstatuje Jitka Vysekalová.

Něco ze současnosti už zůstane

Různé generace vnímají zážitek a nakupování ve fyzickém a digitálním světě rozdílně. Velmi významnou generací jsou mileniálové, kteří výrazně ovlivňují i ostatní generace. „Nelpí až tolik na vlastnictví a nejvýraznější hodnotou je pro ně zážitek, což ovlivňuje i jejich vztah ke značkám a k marketingu," vysvětluje Petra Průšová, CEO for CEE, Kantar Insight. Důležité jsou pro ni sociální sítě, přičemž často podporují značky, které iniciují setkávání a které jsou sociálně odpovědné. Značka pro ně musí být nejen produkt, ale kompletní zážitek a zkušenost. Za nimi následuje generace Z, která je zvyklá na technologie a pro kterou je ale důležitá rodina, vzdělání a zkušenosti. Tato generace se nehoní se za novinkami, zaměřuje se na rodinu a často zastává názor, že mít nové věci je přeceňováno, pokud to, co mají, je dost dobré. „Obě tyto skupiny jsou pro marketing velkou výzvou, protože udrží jen krátkou pozornost. Z toho důvodu požadují okamžité informace. Sledují média a jsou stále náročnější k marketingovým nástrojům," upozorňuje Petra Průšová. Často se dnes zapomíná na takzvané baby boomers, tedy generaci současných padesátníků až šedesátníků, která zaujímá zhruba pětinu obyvatel a která v současnosti disponuje důležitou kupní silou. Velká část těchto lidí je naučena šetřit, nicméně část z nich si své naspøené prostředky užívá. Předpokládá se, že se jejich poměr bude vyrovnávat. Covid nicméně změnil naše chování, a to napříč všemi generacemi. Roste čas strávený on-line nakupováním a všechny generace si myslí, že už nám tento způsob nákupu zůstane. I když se samozřejmě lidé do kamenných prodejen znovu těší, je velmi důležité, aby měli stejnou zkušenost na internetu i v kamenných prodejnách. „V této souvislosti je u obou kanálů zapotřebí odstranit veškeré třecí plochy," upozorňuje Petra Průšová.

Cení se odpovědnost

Jedním z diskutovaných témat současnosti je bezpečí během nakupování v kamenné prodejně, a proto se velká část spotřebitelů snaží tyto nákupy nyní redukovat. „Frekvence nákupů se u nás snížila, nicméně vzrostl objem nákupního košíku," popisuje Olga Stanley, Communications Manager, Rossmann Czech Republic. Pandemie v této souvislosti ukázala, jak důležitý je v obchodě personál, který bude pro zákazníky vždy hrát klíčovou úlohu. Je proto velmi důležité mu věnovat stejnou pozornost a vážit si ho přinejmenším tak jako zákazníků.

Mezi silné trendy, které ovlivňují retail, patří zodpovědné chování a obnovitelné zdroje. Tyto hodnoty jsou důležité zejména pro mladší cílovou skupinu. „Na základě toho se rozhodují pro konkrétní značky. A to se samozřejmě promítá také například do designu prodejen, který může využívat ekologicky šetrné nebo recyklované materiály," naznačuje Nicole Lypinska, Creative Director, Cheil Czech and Slovak. Mladí spotřebitelé nicméně také slyší například na výrobky



Foto: pixabay.com

prodávané bez obalu, které šetří přírodu. „Nyní je důležité to, aby se zákazníci mohli spolehnout na značky, a proto je nutné, aby s nimi pokračovala komunikace digitální formou a je také zapotřebí přijít na to, jak zákazníky nalákat zpět do kamenných prodejen, kde mohou mít se značkou zážitek. „V příštím roce proto očekáváme nárůst digitální komunikace," predikuje Nicole Lypinska.

Zákaznické preference se mění

Budoucnost je v kombinaci fyzického a digitálního světa. „Většina bankovních klientů tato dvě prostředí ráda kombinuje. Naši klienti řeší poradenství a větší produkty na pobočkách, ale jednoduché servisní záležitosti dělají stále více sami digitálně," popisuje Monika Hrubá, Customer Experience Area Lead, Česká spořitelna. Už dávno není pravda, že digitalizace se netýká seniorů. Jen je potřeba přemýšlet o potřebách každé generace. Ukázalo se, že pokud jim správně pomůžete s prvními kroky, je i generace šedesátníků nebo sedmdesátníků schopna velmi dobře používat platební kartu nebo udělat nákup na internetu. Aby nové digitální technologie měly pro byznys skutečný přínos, je zapotřebí vědět jak a kdy je používat. „Sbírejte a vyhodnocujte data, která vám pomohou zodpovědět vaše otázky. Rozhodujte se na základě insightů, které z nich plynou. Testujte řešení předtím, než je pustíte do trhu," podotýká Lada Kohoutková, Activation Team Leader CZ, Plzeňský Prazdroj. Jak dodává, je to mimo jiné z důvodu, že se mění nákupní chování. Zákazníci dnes požadují především jednoduchost a netráví v prodejnách tolik času. Je tedy například klíčové začít komunikovat hned za vstupem do prodejny a je zapotřebí tomu přizpůsobit i samotné sdělení.

Na zajímavé momenty z konference POPAI FÓRUM 2020 se můžete podívat [v reportážním videu](#).





**POPAI
AWARDS**

Soutěž POPAI AWARDS 2020 ukázala skvělou úroveň projektů komunikace v retailu

Daniela Krofiánová
General Manager POPAI CE

Nejúspěšnějším projektem letošní soutěže se stal inovativní store koncept THE STREETS.

Rok 2020 připravil díky pandemii COVID-19 pořadatelům akcí nelehké chvíleky a postavil je před rozhodnutí jak a zda vůbec akce uspořádat. Změny v důsledku nepříznivého pandemického vývoje a nových vládních nařízení doprovázely i přípravy a průběh dvanáctého ročníku soutěže POPAI AWARDS o nejlepší prostředky komunikace v retailu.

I když tento ročník proběhl nakonec netradičně pouze online formou, nabídl unikátní virtuální expozici téměř devadesáti nových projektů a řešení pro účinnou komunikaci v in-store v osmnácti soutěžních kategoriích.

K soutěžním exponátům patřily prostředky in-store komunikace, komplexní store koncepty, prvky pro vybavení obchodů, nástroje světelné komunikace, inovativní a ekologicky šetrná in-store řešení, integrované in-store kampaně atd. V samostatné soutěžní kategorii soutěžili novinky z oblasti digitální médií.



Odborná porota se v rámci hodnocení zaměřila např. na originalitu a inovativnost, estetickou úroveň a design, kvalitu výrobního zpracování, vhodnost do prodejního prostředí a na další kritéria.

Nejúspěšnějším projektem celé soutěže byl vyhlášen exponát **THE STREETS. OD DESIGNU PRODEJNY PO REALIZACI**, který v soutěži představila společnost **WELLEN**. Tento koncept získal celkem čtyři ocenění včetně absolutního vítězství v soutěži.

Cílem projektu bylo v časovém limitu šesti měsíců navrhnout a následně zrealizovat designový koncept dvoupatrové flagship prodejny THE STREETS, která se specializuje na basketbalovou a streetswear módu, a pomoci tak upevnit pozici této značky v rámci kategorie i v rámci komunity.

Společnost WELLEN navrhla autentický prostor pro vyznavače pouliční módy, který dává příležitost nejen k nákupu, ale i k interakci se zákazníkem; prodejna totiž slouží současně jako komunitní prostor. Kreativní koncepce Air&Street odkazuje v prvním patře na ikonickou značku Air Jordan a proměňuje vstupní prostor v pomyslné teniskové nebe. Prostoru dominuje projekční stěna s velkoformátovým podsvíceným 3D logem, tematické nábytkové moduly na míru či interaktivní panel „AIR SCAN“, na kterém zákazník pomocí RFID nebo NFC technologie naskenuje libovolnou vystavenou botu a na displeji může sledovat video, které mu produkt blíže představí. Z nebe se zákazník snese do ulic města v suterénu. „Ulici“ tvoří prvky z betonu, dřeva a železa, např. osvětlený basketbalový koš nebo designové sedáky z barelů. Prodejna generovala v porovnání Y2Y 12/2018 -12/2019 o 28 % vyšší prodeje, a to na o 250 % menší ploše. Klient novou prodejnu výrazně upevnil svou pozici v kategorii i mezi dodavateli a získal do prodeje 30 % limitovaného zboží navíc.

**Video s prezentací projektu
THE STREETS. OD DESIGNU PRODEJNY PO REALIZACI**





V kategorii Digitální komunikace zvítězila **Interaktivní gondola pro diagnostiku pleti pomocí scanování obličeje a umělé inteligence** od společnosti **DEX Digi experience s.r.o.** Tato in-store realizace, která byla vytvořena pro zadavatele L'Oréal ČR, přináší zákazníkovi mimo zážitku z nakupování několik výhod. Revolučním řešením je využití umělé inteligence pro analýzu současného stavu pleti a následně sestavení programu péče o pleť na míru. Nascanování obličeje a využití umělé inteligence umožní zákazníkovi diagnostiku stárnutí pleti. Na základě jejich výsledků získá doporučení vhodných produktů každodenní péče o pleť. Další výhodou je obdržení maxima informací o produktech bez nutnosti kontaktování odborného personálu-pouhým nascanováním. Zadáním kontaktů se může zákazník přihlásit k odběru novin. Lékárna tímto interaktivním řešením získá výhodu poradenství bez personálu, zvýšené prodeje dermatokosmetiky i vyšší atraktivitu lékárny.

Video s prezentací projektu Interaktivní gondoly

Jako nejlepší POP materiál na bázi papíru byl vyhodnocen exponát **Jednopaletí Starbucks** od společnosti **Authentica, s.r.o.** Jednopaletové vystavení pro značku Starbucks přineslo ikonický hrnek v nadživotní velikosti na prodejny Globus. Prezentace proběhla na vybraných prodejně silných obchodech. Vystavení bylo součástí promoční akce, kdy zákazník k nákupu produktů Starbucks získal jako dárek hrníček. Vizuální řešení tedy mělo být v návaznosti na tento

The POPAI AWARDS 2020 competition highlighted an excellent quality of communication projects in retail

The most successful project of this year's competition was the innovative store concept **THE STREETS**. Organized annually by the POPAI Central Europe Association, the POPAI AWARDS competition is traditionally seen as a prestigious in-store communication event aimed both at creators and advertisers at points of sale. The twelfth year of the competition took place at the end of 2020 as a part of the programme of the POPAI DAY event. The POPAI AWARDS offered a unique opportunity to get acquainted with the latest projects for effective communication at the point of sale and with new forms of communication with customers as well as to get an overview of the most distinctive trends in the in-store communication market.

dárek. Kampaň byla pokračováním uvedení značky Starbucks v roce 2019, kdy zákazníci nově mohou zakoupit oblíbené produkty Starbucks v retailu a mohou si tak tyto produkty vychutnat i z pohodlí domova. Vystavení je celokartonové a upoutává pozornost zákazníka svým tvarem a jednoduchou elegancí.

Podívejte se také na

Záznam vyhlášení výsledků POPAI AWARDS 2020

Reportážní video z virtuálního semináře Best of in-store



Vítězné kategorií POP AI AWARDS 2020



Kategorie ALKOHOLICKÉ NÁPOJE, TABÁK
Dvoupaletové vystavení Republika
 Přihlašovatel: Dago s.r.o.



Kategorie Potraviny
Shop in Shop Magnum Ruby
 Přihlašovatel: POS Media Czech Republic



Kategorie NEALKOHOLICKÉ NÁPOJE
Shop in shop Klášterná
 Přihlašovatel: POS Media Czech Republic



Kategorie HORECA
Restaurace Fortel
 Přihlašovatel: Pivovary Staropramen



Kategorie PET FOOD
Stojan na psí pamlsky
 Přihlašovatel: **Dago s.r.o.**



Kategorie DOMÁCÍ POTŘEBY, BYTOVÉ DOPLŇKY, HOBBY
Obchod „Pod 7 kilo“
 Přihlašovatel: **MORIS design s.r.o.**



Kategorie DROGÉRIE, KOSMETIKA
Redesign obchodu NaniNails
 Přihlašovatel: **MORIS design s.r.o.**



Kategorie SLUŽBY
LIDL: MIKRO-LOKALIZOVANÝ KONCEPT PRODEJNY
 Přihlašovatel: **WELLEN RETAIL EXPERIENCE**



Kategorie ELEKTRONIKA, IT PRODUKTY

Piedestal pro Samsung Galaxy Z Flip

Přihlašovatel: Cheil Czech and Slovak



Kategorie TEXTIL, SPORT, OBUV, OSOBNÍ POTŘEBY A PŘÍSLUŠENSTVÍ

THE STREETS. OD DESIGNU PRODEJNY PO REALIZACI

Přihlašovatel: WELLEN RETAIL EXPERIENCE



Kategorie

OSTATNÍ (PROTOTYPY, VZORKY)

Regálové čelo Cappy

Přihlašovatel: Dago s.r.o.



Kategorie

PROSTŘEDKY PRO SLUŽBY PODPORY PRODEJE

Výloha Bowmore

Přihlašovatel: Authentica, s.r.o.



Kategorie SVĚTLNÁ KOMUNIKACE, ORIENTAČNÍ A INFORMAČNÍ SYSTÉMY

Reštaurácia U ARMINA

Přihlašovatel: ROSS s.r.o.



Kategorie

PRVKY VYBAVENÍ INTERIÉRŮ OBCHODŮ

Shop In Shop Becherovka letiště

Přihlašovatel: Dago s.r.o.



Kategorie EKOLOGICKÉ KONCEPCIE

Stojany na chleba Baker Street

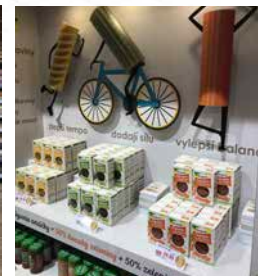
Přihlašovatel: THIMM THE HIGHPACK GROUP



Kategorie INTEGROVANÉ IN-STORE KAMPANĚ

Bonduelle Légumio sortimentní okno Globus

Přihlašovatel: Reklamní studio G s.r.o



Kategorie KOMPLEXNÍ STORE KONCEPTY - DESIGN PRODEJEN

THE STREETS. OD DESIGNU PRODEJNY PO REALIZACI

Přihlašovatel: WELLEN RETAIL EXPERIENCE



Kategorie DIGITÁLNÍ KOMUNIKACE

Interaktivní gondola pro diagnostiku pleti pomocí scanování obličeje a umělé inteligence

Přihlašovatel: DEX Digi experience s.r.o.

POP STUDENT AWARD

Nové studentské projekty pro komunikaci v retailu jsou originální a kreativní

Daniela Krofiánová
General Manager POPAI CE

Přestože loňský školní rok znamenal od března pro studenty středních a vysokých škol pouze distanční výuku, tato mimořádná situace neovlivnila úspěšný průběh soutěže POPAI STUDENT AWARD 2020, jejíž výsledky byly vyhlášeny online na konci roku. Soutěž příjemně překvapila počtem i vysokou úrovní studentských návrhů komunikačních prostředků a kampaní v in-store dle reálných zadání od konkrétních zadavatelů - partnerů soutěže.

Studenti v soutěži prezentovali grafické 2D návrhy, návrhy POP materiálů (3D) a také návrhy komplexní podlinkové komunikační kampaně v místě prodeje se zaměřením na POP média.

POP AI STUDENT AWARD New student projects for communication in retail are original and creative.

Students have presented new projects for the fourteenth time. On a long term basis POPAI CE has been supporting a new generation of marketing at retail experts in the context of a continuous programme of cooperation with students and representatives of universities and secondary schools specializing in below-the-line marketing communication in the Czech Republic and Slovakia. The programme also includes the successful project of the POPAI STUDENT AWARD competition, which annually makes the work of young talents and future professionals in this field more visible. Students compete for the best designs of in-store communication means and campaigns matching the briefs from the actual advertisers – partners of the competition.



**Partnery již čtrnáctého ročníku soutěže
byly společností:**

**Budějovický
Budvar**

Budějovický Budvar, n.p.
pro kategorii Grafický 2D návrh

est. 1991

MANUFATURA[®]

Český národní podnik, s.r.o.
(výrobce a prodejce kosmetické značky MANUFATURA)
pro kategorii Design POP materiálů



a BEL Sýry Česko a.s.
pro kategorii Návrh in-store komunikační kampaně.



Společnost **3A Composites** podpořila projekt
jako partner - dodavatel materiálů zdarma pro soutěžící.

Oceněné projekty POP AI STUDENT AWARD 2020



V kategorii **Grafický 2D návrh dle briefu společnosti Budějovický Budvar** byla jako nejlepší vyhodnocena práce **Pivní stromeček** od **Anny Fischerové** z Fakulty multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně.



V kategorii **Design POP materiálu dle briefu společnosti Český národní podnik – značka MANUFATURA, s.r.o** zvítězil návrh **Květinová zahrada**, jejíž autorkou je **Barbora Semanová** z Fakulty multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně.

V kategorii **In-store komunikační kampaň dle briefu společnosti BEL Sýry Česko a.s.** se na prvním místě umístila práce **In-store komunikační kampaň pro Sýra Křup**. Autorkami vítězného návrhu jsou **Veronika Kunová** a **Nikola Křístková** z Fakulta mezinárodních vztahů Vysoké školy ekonomická v Praze.

Odborná porota soutěže rovněž udělila zvláštní ocenění.



Cenu za kreativitu získala Zuzana Kučerová ze Střední školy vizuální tvorby v Hradci Králové za práci **Návrh expedičního obalu - kosmetický organizér**.



Cenu sympatie obdržela Kateřina Plesníková z Fakulty multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně za návrh **More than just a beer**.

Kompletní výsledky soutěže najdete [zde](#).

Soutěž Hvězda 3D reklamy představila již po dvacáté nejlepší reklamní a dárkové předměty

POPAI CE uspořádala letos již dvacátý jubilejní ročník soutěže Hvězda 3D reklamy. Soutěž tradičně přinesla vzhled do aktuálního dění ve světě 3D reklamy, které se nezastavilo ani v netradiční době covidové, a nabídla přehlídku jedinečných novinek z oblasti reklamních a dárkových předmětů.



MAM Marketing & Media

V důsledku mimořádných opatření se soutěž tento rok přenesla zcela do virtuálního prostředí a proběhla za podpory mediálního partnera, časopisu **Marketing & Media**.

Oceněné exponáty soutěže Hvězda 3D reklamy 2020

Nejúspěšnějším projektem celé soutěže se stal **BRNĚNSKÝ DRAK > TO JE BRNO**, který do soutěže přihlásila společnost **Brand Gifts, a.s.** a jehož autorem je Vladimír Karbusický. Tato sada designově čistých předmětů získala nevyšší ocenění Absolutní vítěz a zároveň zvítězila v kategoriích Reklamní gastronomie a Aplikace motivu na 3DR.

Na počátku tohoto projektu bylo zadání klienta, kterým je turistické a informační centrum města Brna. Cílem zadání bylo vytvořit sadu praktických dárků s motivem Brněnského draka, které bude město používat ke své prezentaci a zároveň k prodeji jako upomínkový předmět pro návštěvníky Brna a pro informační centrum. Smyslem bylo propojit historický motiv Brněnského draka - jednoho ze symbolů města Brna do praktických dárků pro denní používání, a to od šálku do kanceláře, hrnečku na cesty, misky a talíře pro dobroty, tašky na nákupy až po puzzle ke zkrácení chvíle při čekání na šalinu.

Reklamní a dárkové předměty soutěžily celkem v devíti soutěžních kategoriích včetně zvláštní kategorie Reklamní předmět 3. milénia, která je určena pro studentské návrhy. Odborná porota také udělila ceny „Absolutní vítěz soutěže“ a „Inovace roku“.

Nově zařazenou soutěžní kategorií byla **Reklamní gastronomie**, která oceňuje potraviny a nápoje využité pro účely 3D reklamy, předměty související s kuchyní, vařením a konzumací a předměty 3D reklamy pro oblast HORECA.



Star of 3D advertising Competition presented the best promotional and gift items

Every year the Star of 3D Advertising Competition presents the most interesting 3D innovations in this segment of our market. This prominent event with a long tradition not only offers a unique demonstration of new promotional and gift items in our country but also inspires and reveals trends in this field. Held for the twentieth time in succession, the competition was organized by the POPAI CE Association. The event increases the prestige of the entries and competing companies also by making them more visible during the media campaign as well as the competition itself.



Cenou Inovace roku byl oceněn předmět **Velkoformátové kolébkové XXL razítko** na potisk krabic, kartonů, papírových a plastových tašek od společnosti **REPRESS, spol. s.r.o.** Společnost nabízí novou technologii, kterou lze nahradit sítotisk a flexotisk, který se však z ekonomických důvodů používá až u větších počtů. Díky inovativní technologii, kterou představuje velké kolébkové razítko, si potisk každý může provést rychle a jednoduše sám, tiskovou desku lze také rychle vyměnit. Razítko je nutné před každým otiskem klasicky namočit v napuštěné podušce.



Ve studentské kategorii Reklamní předmět 3. milénia si vítězství odnesla **Zuzana Lanciová ze Střední umělecké školy v Ostravě** s návrhem obalu na směsi bylinných čajů. Krabička na čaj je rozdělena na dvě části, kdy v každé polovině je jiná směs bylin. Lze si tak namíchat vlastní směs dle nálady, vždy jinak. Obal je vytvořen z přírodního recyklovaného papíru a barevného kartónu, šetrného k životnímu prostředí.

Kompletní seznam oceněných předmětů soutěže najdete [na stránkách soutěže.](#)



Významné projekty POPAI CE

V rámci POPAI CENTRAL EUROPE funguje několik pracovních skupin, z nichž každá je zaměřena na určitý okruh činností asociace: medializace POPAI a jejích členů, popularizace oboru marketing at retail, průzkumy efektivity nástrojů marketingové komunikace a analýzy POP trhu, kontinuální vzdělávací program pro rozšíření znalostí v oboru in-store komunikace a in-store marketingu, program Klubu zadavatelů, sekce Digitální komunikace, sekce Reklamní předměty atd.

Significant POPAI CE projects

Several groups operate within the scope of POPAI CENTRAL EUROPE, of which each is focused on a certain area of the association's operations: promotion of POPAI and its members in the media, popularisation of the marketing at-retail sector, research on the effectiveness of marketing communication tools and analyses of the POP market, the continual education programme for expanding knowledge and skills in in-store communication and in-store marketing, the Advertisers' Club programme, a section for digital communication, a section for gifts and promotional items area etc.

POPAI DAY



POPAI AWARDS

Mezinárodní soutěž POPAI AWARDS o nejlepší prostředky komunikace a reklamy v prodejních místech

International POPAI AWARDS contest for the best at-retail communication and advertising media



POPAI UNIVERSITY

Kontinuální vzdělávací program - Univerzita POPAI
Continuous education programme – POPAI University



POPAI FORUM

Konference POPAI FÓRUM mezinárodní účastí o současných výzvách, potenciálu a budoucnosti místa prodeje

POPAI FORUM – international conference on current challenges, potentials and future of the points of sale

Celoroční prezentace členů POPAI CE na všech komunikačních kanálech POPAI CE

Year-round presentation of POPAI CE members on all POPAI CE communication channels



POPAI STUDENT AWARD

Soutěž POPAI STUDENT AWARD o nejlepší studentské návrhy komunikačních projektů v prodejních místech

POPAI STUDENT AWARD contest for the best student designs of in-store communication projects

Průzkumy efektivity nástrojů marketingové komunikace, analýzy nákupního chování, monitoring in-store trhu, analýzy postojů zadavatelů reklamy a maloobchodu k prostředkům in-store komunikace.

Research on the effectiveness of marketing communication tools, analysis of shopping behavior, monitoring of POP market, studies focused on retailers' and advertisers' attitudes towards POP.



KLUB ZADAVATELŮ

Klub zadavatelů

Oborová platforma spojuje zadavatele reklamy s jejími realizátory a retailovými zástupci a nabízí celoroční program všem, kteří chtějí být v kontaktu s trendy a inovacemi v retailu.

Advertisers' club

Industry platform connecting advertisers with retail representatives and POP producers, a year-round program on trends and innovations in retail.

Program pro oblast reklamních předmětů

Programme in the field
of gift and promotional items

Průvodce oborem marketing at retail

Guide through the marketing at retail industry

Mapa marketingových komunikací

Map of Marketing Communications

Kalendář tuzemských a zahraničních akcí v oblasti marketingu a retailu

Calendar of domestic and foreign events
within the field of marketing and retail



HVĚZDA 3D REKLAMY

Soutěž Hvězda 3D reklamy

Competition Star
of 3 dimensional advertising

POPai imPULSE – pravidelný newsletter o novinkách z retailu

POPai impulse - a regular newsletter
on news from the in-store area

Program pro oblast digitální komunikace

Programme in the field of digital communication

Typologie POP médií

Typology of POP media

Celoroční informační servis pro členy POPAI CE

Year-round information service for POPAI CE
members

Základní kritéria rentability investic (ROI) do in-store marketingové komunikace

Basic criteria of return on investment (ROI)
in in-store marketing communication

Členové POPAI CENTRAL EUROPE

POPAI CENTRAL EUROPE members



COMPOSITES

3A Composites GmbH - Polycasa

Alusingenplatz 1, 78224 Singen, Německo
kontaktní osoba: Kateřina Procházková
tel.: +420 602 454 288
e-mail: katerina.prochazkova@3acomposites.com
www.display.3AComposites.com



Albert Česká republika, s.r.o.

Radlická 117, 158 00 Praha 5, Česká republika
kontaktní osoba: Lenka Jakešová
tel.: +420 725 426 716
e-mail: lenka.jakesova@albert.cz
www.albert.cz



94 MINUTES s.r.o.

Bohunická 81, 619 00 Brno, Česká republika
kontaktní osoba: Pavel Vláčil
tel.: +420 516 116 394, +420 602 738 398
e-mail: p.vlacil@94minutes.cz
www.94minutes.cz



ASTRON print, s.r.o.

Mladoboleslavská 1128, 197 00 Praha 9 - Kbely, Česká republika
kontaktní osoba: Jan Hodek
tel.: +420 606 667 620
e-mail: jhodek@astron.cz
www.astron.cz



AC Nielsen Czech Republic s.r.o.

City Tower, Hvězdova 1716/2b, 140 78 Praha 4, Česká republika
kontaktní osoba: Helena Pělučová
tel.: +420 777 541 449
e-mail: helena.peluchova@nielseniq.com
www.nielseniq.com



ATOZ Marketing Services, spol. s r.o.

Holečkova 29, 150 00 Praha 5, Česká republika
kontaktní osoba: Jana Lysáková
tel.: +420 733 559 495
e-mail: jana.lysakova@atoz.cz
www.atoz.cz



Let's play retail

Agentura GATE s.r.o.

Dolnoměcholupská 1418/12,
102 00 Praha 10, Česká republika
Kontaktní osoba: Jakub Pistorius
Tel.: + 420 702 027 347
e-mail: jakub.pistorius@agenturagate.cz
www.agenturagate.cz



GLOBAL RETAIL PARTNER

Authentica, s.r.o.

Lazaretní 1/7, 615 00 Brno - Zábřovice, Česká republika
kontaktní osoby: Martin Hasilík
tel.: +420 548 217 991
e-mail: martinhasilik@authentica.cz
www.authentica.cz



AKTIVAČNÍ
AGENTURY
AKA

Aktivační agentury AKA

Mánesova 92, 120 00 Praha, Česká republika
kontaktní osoba: Ondřej Gottwald
tel.: +420 606 246 639
e-mail: ondrej.gottwald@g-in.cz
www.aka.cz



AV MEDIA

komunikace obrazem

AV MEDIA SYSTEMS, a.s.

Pražská 63, 102 00 Praha 10, Česká republika
kontaktní osoby: David Lesch, Jiří Plátek
tel.: +420 261 260 218, +420 261 227 648
e-mail: david.lesch@avmedia.cz,
jiri.platek@avmedia.cz
www.avmedia.c



BEL sýry Česko a.s.

Pražská 218, 675 26 Želetava, Česká republika
kontaktní osoba: Tereza Mercelová
tel.: +420 568 409 911
e-mail: tmercelova@groupe-bel.com
www.belsyry.cz



Bonduelle Central Europe, Kft.

Ceglédi út 25, 2750 Nagykőrös, Maďarsko
kontaktní osoba: Lucia Cangárová
tel.: +420 222 811 028
e-mail: lucia.cangarova@bonduelle.com
www.bonduelle.cz



BROWN-FORMAN

Brown-Forman Czechia, s.r.o.

Klimentská 1216/46, 110 00 Praha - Nové Město,
Česká republika
kontaktní osoba: Martina Jurková
tel.: +420 734 649 720
e-mail: martina_jurkova@b-f.com
www.brown-forman.com



Budějovický Budvar, n. p.

K. Světlé 512/4, 370 04 České Budějovice,
Česká republika
kontaktní osoba: Ing. Alžběta Eignerová
tel.: +420 728 566 252
e-mail: alzbeta.eignerova@budvar.cz
www.budvar.cz
www.budejovickybudvar.cz



**Coca-Cola HBC
Česko a Slovensko**

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

Českobrodská 1329, 198 21 Praha 9 - Kyje,
Česká republika
kontaktní osoba: Marcela Pecháčková
tel.: + 420 735 707 618
e-mail: marcela.pechackova@cchellenic.com
cz.coca-colahellenic.com



CZECH PROMOTION
SYSTEMS

CZECH PROMOTION systems s.r.o.

Thámová 13, 180 00 Praha 8,
Česká republika
kontaktní osoba: Miroslav Netušil
tel.: +420 222 362 656, +420 604 366 603
email: Miroslav.Netusil@promotion.cz
www.promotion.cz

čermák design

ČERMÁK DESIGN, s.r.o.

K Verneráku 490/31, 148 00 Praha 4 - Kunratice,
Česká republika
kontaktní osoba: Ing. arch. Petr Čermák
tel.: +420 603 832 419
e-mail: cermak@cermak-design.cz
www.cermak-design.cz

est. 1991

MANUFAKTURA[®]

Český národní podnik - MANUFAKTURA

Melantrichova 17, 110 00 Praha 1,
Česká republika
kontaktní osoba: Barbora Kadičová
tel.: +420 734 262 935
e-mail: bara.kadicova@manufaktura.cz
www.manufaktura.cz



DAGO, s.r.o.

Komenského 1020, 267 51 Zdice,
Česká republika
kontaktní osoby: Ing. Marek Končítik
tel.: +420 311 533 390
e-mail: marek.koncitik@dago.cz
www.dago.cz



Danone a. s.

V parku 2294/2, 148 00 Praha 4 - Chodov,
Česká republika
kontaktní osoba: Renata Pírková
tel.: +420 296 332 932
e-mail: renata.pirkova@danone.com
www.danone.cz

**DEKOR spol. s r.o.**

Hradištská 849, 687 08 Buchlovice,
Česká republika

kontaktní osoba: Ing. Libor Jordán

tel.: +420 572 430 555

e-mail: libor.jordan@dekor.cz

www.dekor.cz

**DIAM POLAND SP. z o.o.**

ul. Wrocławska 56, 56-410 Dobroszyce, Polsko

kontaktní osoba: Ewelina Cichońska

tel.: +48 507 024 504

e-mail: ewelina.cichonska@diaminter.com

www.diaminter.com

**Eclipse Print a.s.**

Přátelství 1615/1a, 104 00 Praha 10 - Uhřetěves,
Česká republika

kontaktní osoba: Mgr. Roman Bezděk

tel.: +420 702 265 415, +420 283 012 162

e-mail: bezdek@eclipse-print.com

www.eclipse-print.com

**ExTech s.r.o.**

Tupadly 99, 285 63 Tupadly, Česká republika

kontaktní osoba: Petr Kavánek

tel.: +420 724 187 114

e-mail: kavanek@extech.eu

www.quantretail.cz

**Fakulta masmediálnej komunikácie,
Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave**

Nám. J. Herdu 2, 917 01 Trnava, Slovensko

Kontaktní osoba: doc. PhDr. Daniela Kollárová, PhD.

Tel.: +421 33 55 65 424

e-mail: daniela.kollarova@ucm.sk

www.fmk.sk



ferratt
international

Ferratt International Czech, s.r.o.

Vlastibořská 2828/6,

193 00 Praha 20 - Horní Počernice,

Česká republika

kontaktní osoba: Filip Červinka

tel.: +420 226 238 700

e-mail: filip.cervinka@ferratt.com

www.ferratt.com



EMOTIONS TO YOUR BRAND & PLACE

GAIA GROUP SE

Xaveriova 1946/5, 150 00 Praha 5, Česká republika

kontaktní osoba: Aleš Štibinger

tel.: +420 721 844 889

e-mail: ales.stibinger@gaiagroup.cz

www.gaiagroup.cz

**Generali Česká pojišťovna a.s.**

Na Pankráci 123, 140 00 Praha 4, Česká republika

kontaktní osoba: Sandra Horská

tel.: +420 601 085 934

e-mail: sandra.horska@generaliceska.cz

www.generaliceska.cz

**Globus ČR, k.s.**

Kostelecká 822/75, 196 00 Praha 9 - Čakovice,
Česká republika

kontaktní osoba: Radka Čermáková

tel.: +420 724 655 723

e-mail: r.cermakova@globus.cz

www.globus.cz

**Heineken Česká republika, a.s.**

U Pivovaru 1, 270 53 Krušovice, Česká republika

kontaktní osoba: Jana Hronová

tel.: +420 702 200 102

e-mail: jana.hronova@heineken.com

www.heinekenceskarepublika.cz

HITCZ

HIT CZ s.r.o. - Poděbradská papírna

U Bažantnice 983, 290 01, Poděbrady,
Česká republika
Kontaktní osoba: Jakub Jaksch
Tel.: 731 502 045
e-mail: jaksch@hitcz.cz, obchod@hitcz.cz
www.hitcz.cz



HL Display Česká republika, s.r.o.

Zelený pruh 95/97, 140 00 Praha 4 - Braník,
Česká republika
kontaktní osoba: Vojtěch Motl
tel.: +420 737 283 185
e-mail: vojtech.motl@hl-display.com
www.hl-display.com



HL Display Slovensko, s.r.o.

Černyševského 10, 851 01 Bratislava, Slovensko
kontaktní osoba: Martin Rovenský
tel.: +421 911 447 474
e-mail: martin.rovensky@hl-display.com
www.hl-display.com



Horma - P.O.P. Displays

Havlíčková 2838, 767 01 Kroměříž, Česká republika
kontaktní osoby: Ing. Jozef Horňák,
Ing. Mária Horňáková
tel.: +420 573 338 280, +420 602 192 645
e-mail: horma@horma.cz
www.horma.cz

Cheil

Cheil Germany GmbH, organizační složka ("Czech Branch")

V Parku 2308/8, 148 00 Praha 4, Česká republika
kontaktní osoba: Jan Dobiáš
tel.: +420 778 748 708
e-mail: j.dobias@cheil.com
www.cheil.com

CHEP

A Brambles Company

CHEP CZ, s.r.o.

Karla Engliše 3219/4, 150 00 Praha 5, Česká republika
kontaktní osoba: Matěj Smetana
tel.: +420 727 939 566
e-mail: matej.smetana@chep.com
www.chep.com



I.D.C. Praha, a.s.

Kubánské náměstí 11, 100 00 Praha 10 - Vršovice,
Česká republika
kontaktní osoba: Michaela Grasserová
tel.: + 420 222 780 392
e-mail: grasserova@idcp Praha.cz
www.idcp Praha.cz



imi partner

iMi Partner, a.s.

Dusíkova 3, 638 00 Brno, Česká republika
kontaktní osoba: Ing. Tomáš Kaderka
tel.: +420 602 132 104
e-mail: radek.fiala@imi.cz
www.imi.cz



IMPERIAL BRANDS

Imperial Brands

Radlická 3201/14, 150 00 Praha 5,
Česká republika
kontaktní osoba: Vladimíra Kučiaková
tel.: +420 724 616 931
e-mail: vladimira.kuciakova@cz.imptob.com
www.imperialbrands.cz

inetprint

JEDNODUŠE ON-LINE

iNET Solutions s.r.o.

Hostivařská 92/6, 102 00 Praha 10 - Hostivař,
Česká republika
kontaktní osoba: Pavel Durdil
tel.: + 420 602 190 115
e-mail: durdil@inetprint.cz
www.inetprint.cz

**JT International spol. s r.o.**

Na Pankráci 1683/127, 140 00 Praha 4,
Česká republika
kontaktní osoba: Jan Vochoomůrka
tel.: +420 221 416 750, +420 724 460 012
e-mail: jan.vochoomurka@jti.com
www.jti.com/cz

**Ki-Wi Digital, s.r.o.**

Lidická 25, 602 00 Brno, Česká republika
kontaktní osoba: Jan Slavík
tel.: +420 602 220 899
e-mail: jan.slavik@ki-wi.cz
www.ki-wi.cz

KNOWINSTORE**KNOWINSTORE s.r.o.**

Komunardů 20, 170 00 Praha 7 - Holešovice,
Česká republika
kontaktní osoba: Sabina Milerová
tel.: +420 728 719 972
e-mail: milerova@know.cz
www.knowlimits.cz

L'ORÉAL**L'Oréal Česká republika s.r.o.**

Plzeňská 213/11, 150 00 Praha 5 - Smíchov,
Česká republika
kontaktní osoba: Martina Řezníčková
tel.: +420 725 058 831
e-mail: martina.reznickova@loreal.com
www.loreal.cz

**MALFINI**
A.S.**MALFINI, a.s.**

Oblouková 391, 403 40 Ústí nad Labem,
Česká republika
kontaktní osoba: Martina Weberová
tel.: +420 475 240 546
e-mail: martina.weberova@malfini.com
www.malfini.com

makro**MAKRO Cash & Carry ČR s.r.o.**

Jeremiášova 1249/7, 155 00 Praha 5 - Stodůlky,
Česká republika
kontaktní osoba: Lenka Hanáčková
tel.: +420 603 850 583
e-mail: lenka.hanackova@makro.cz
www.makro.cz

**Mapa Spontex CE s.r.o.**

Prodašice 4, 294 04 Dolní Bousov, Česká republika
kontaktní osoba: Jarmila Jeřábková
e-mail: jarmila.jerabkova@newellco.com
www.spontex.cz

MARS**MARS Czech, s.r.o.**

Michelská 1552/58, 141 00 Praha - Michle,
Česká republika
kontaktní osoba: Jakub Fahrner
tel.: +420 739 505 544
e-mail: jakub.fahrner@effem.com
www.mars.com/czech


MATTONI 1873
SOURCES AND TASTES OF EUROPE**Mattoni 1873**

Voctářova 2497/18, 180 00 Praha 8, Česká republika
kontaktní osoba: Pavel Kmínek
tel.: +420 257 107 611
e-mail: pavel.kminek@mattoni.cz
www.mattoni1873.cz

Mondelēz
International**Mondelez Czech Republic s.r.o. /
Mondelez Slovakia s.r.o.**

Karolinská 661/4, 186 00 Praha 8, Česká republika
kontaktní osoba: Václav Vršínský
tel.: +420 602 204 595
e-mail: vaclav.vrsinsky@mdlz.com
www.mondelezinternational.com



MOBILE**SYSTEM**

monit s.r.o. - MobileSYSTEM

Purkyňova 125, 612 00 Brno, Česká republika
kontaktní osoba: Jaroslav Kapoun
tel.: +420 773 111 501
e-mail: office@monit.cz
www.monit.cz

MORIS DESIGN

MORIS design s.r.o.

Tiskařská 4, 108 00 Praha 10, Česká republika
kontaktní osoba: Adam Klofáč
tel.: +420 222 512 231, +723 387 546
e-mail: adam.klofac@moris.cz
www.moris.cz



Neschen Coating GmbH

Hans-Neschen-Straße 1, 316 75 Bückeburg, Německo
Kontaktní osoba: Richard Bachora
Tel.: 49 172 519 48 96
e-mail: r.bachora@neschen.de
www.neschen.de



Good Food, Good Life

Nestlé Česko s.r.o.

Mezi Vodami 2035/31, 143 20 Praha 4,
Česká republika
kontaktní osoba: Michaela Bernatová
tel.: +420 724 420 627
e-mail: michaela.bernatova@cz.nestle.com
www.nestle.cz



Nutricia a.s.

V parku 2294/2, 140 00 Praha 4 - Chodov,
Česká republika
kontaktní osoba: Lenka Doleželová
tel.: +420 702 090 663
e-mail: lenka.dolezelova@danone.com
www.nutricia.cz



OMD Czech, a.s.

Lomnického 1705/9, 140 00 Praha 4, Česká republika
kontaktní osoba: Zdeněk Kubena
tel.: +420 222 077 222
e-mail: zdenek.kubena@omnicommediagroup.com
www.ond.cz



Orkla Foods Česko a Slovensko a.s.

Walterovo náměstí 329/3, 158 00 Praha 5 - Jinonice,
Česká republika
kontaktní osoba: Šárka Drábková
tel.: +420 257 198 111
e-mail: orkla@orkla.cz
www.vitana.cz, www.hame.cz

paketo.one

Paketo group s r.o.

Dolní Jasenka 279, 755 01 Vsetín, Česká republika
kontaktní osoba: Ing. Petr Dobeš
tel.: +420 573 034 165
e-mail: info@paketo.one
www.paketo.one



Perfetti Van Melle Czech Republic, s.r.o.

Tomíčkova 2287/9, 148 00 Praha 4, Česká republika
kontaktní osoba: Radek Klouček
tel.: +420 244 466 500
e-mail: radek.kloucek@cz.pvmgrp.com
www.mentos.cz, www.chupachups.cz

PIVOVARY **STAROPRAMEN**

A Molson Coors Beverage Company

Pivovary Staropramen

Nádražní 84, 15000 Praha 5, Česká republika
kontaktní osoba: Kateřina Vrbová
tel.: +420 775 030 448
e-mail: katerina.vrbova@molsoncoors.com
www.pivovary-staropramen.cz/cs/



PHILIP MORRIS ČR

Philip Morris ČR a.s.

Karlovo náměstí 10, 120 00 Praha 2, Česká republika
kontaktní osoba: Jakub Svoboda
tel.: +420 725 023 721
e-mail: jakub.svoboda@pmi.com
www.pmi.com

PHILIPS

Philips Česká republika s.r.o.

Rohanské nábřeží 678/23, 186 00 Praha 8 - Karlín,
Česká republika
kontaktní osoba: Tomáš Štegmann
tel.: +420 778 726 526
e-mail: tomas.stegmann@philips.com
www.philips.cz



Plzeňský Prazdroj

Plzeňský Prazdroj, a.s.

U Prazdroje 7, 304 97 Plzeň, Česká republika
kontaktní osoba: Veronika Hořáková
tel.: +420 377 061 111
e-mail: info@prazdroj.cz
www.prazdroj.cz



POS Media Czech Republic s.r.o.

Budějovická 778/3, 140 00 Praha 4,
Česká republika
kontaktní osoba: Markéta Kastnerová
tel.: +420 771 131 517
e-mail: kastnerova@posmedia.cz
www.posmedia.cz



ppm factum

Bucharova 1281/2, 158 00 Praha 13,
Česká republika
kontaktní osoba: Jiří Král
tel.: +420 733 149 293
e-mail: kral@ppmfactum.cz
www.ppm.cz, www.ppmevents.cz

PRESCO GROUP

PRESCO GROUP, a.s.

Máchova 21, 120 00 Praha 2, Česká republika
kontaktní osoby: Pavla Javorská
tel.: +420 222 922 040
e-mail: javorska@prescogroup.cz
www.presco.cz



RAVAFOL CZ, s.r.o.

Hlavní 227, 250 82 Tuklaty,
Česká Republika
kontaktní osoba: Rastislav Valach
tel.: +420 702 132 890
e-mail: valach@ravafol.cz
www.ravafol.cz



Red Bull

Red Bull Česká republika s.r.o.

Nad Paňankou 10, 160 00 Praha 6 - Dejvice,
Česká republika
kontaktní osoba: Petra Diamond
tel.: +420 233 091 331
e-mail: petra.diamond@redbull.com
www.redbull.com



REPRESS, spol. s.r.o.

Plučárna 3594/10, 695 01 Hodonín,
Česká republika
kontaktní osoba: Milan Jeřábek
tel.: +420 608 341 700
e-mail: jerabek@repress.cz
www.repress.eu



RETAIL OF THE FUTURE

RETAIL OF THE FUTURE, s.r.o.

Tanvaldská 1337/5, 182 00 Praha 8, Česká republika
kontaktní osoba: Marie Zajíčková
tel.: +420 241 400 312, 420 603 862 933
e-mail: marie.zajickova@retail-future.cz
www.retail-future.cz



REXY s.r.o.

Stroupežnického 30, Praha 5, Česká republika
Kontaktní osoba: Yeji Yi
Tel.: 420 734 677 694
e-mail: yeji.yi@rexy.cz
www.rexy.cz



SVETLNÁ REKLAMA & INSTORE SOLUTIONS

ROSS s.r.o.

Hollého 205/52, 015 01 Rajec, Slovensko
kontaktní osoba: Miroslav Hodás
tel.: +421 415 422 109
e-mail: ross@ross.sk
www.ross.sk, www.ross.eu



SVETLNÁ REKLAMA & INSTORE SOLUTIONS

ROSS CZ s.r.o.

Husinecká 19, 130 00 Praha 3, Česká republika
kontaktní osoba: Martin Pauliny
tel.: +420 608 370 770
e-mail: ross@ross.sk
www.ross.sk, www.ross.eu



SÁRA, s.r.o.

Freyova 12/1, 190 00 Praha 9, Česká republika
kontaktní osoba: Milan Fedorek
tel.: +420 283 892 140
e-mail: info@sara.cz
www.sara.cz



Showdown Display s.r.o.

403 17 Přestanov 5, Česká republika
kontaktní osoba: Jiří Hubka
tel.: +420 224 817 477
e-mail: jiri.hubka@showdowndisplays.eu
www.jansen-display.cz
www.showdowndisplays.eu



SIGNAGELAB, s.r.o.

Jeseniova 2769/208, Praha 3, Česká republika
kontaktní osoba: Kateřina Chárová
tel.: +420 775 703 616
e-mail: charova@signagelab.com
www.signagelab.com



Sprint Trading s.r.o.

Netlucká 549/5a, 107 00 Praha, Česká republika
kontaktní osoby: Monika Zezulková, Tomáš Bezecný
tel.: +420 597 317 800
e-mail: monika.zezulkova@sprint-trading.cz, tomas.bezecny@sprint-trading.cz
www.sprint-trading.eu



SRP s.r.o.

Řehořova 26, 618 00 Brno, Česká republika
kontaktní osoba: Tereza Urbánková
tel.: +420 733 124 709
e-mail: tereza.urbankova@srp-reklama.cz
www.srp-reklama.cz



Česko s.r.o.

STI Česko s.r.o.

Žitná 123/21, 408 01 Rumburk, Česká republika
kontaktní osoba: Hana Rydvalová
tel.: +420 604 271 389
e-mail: hana.rydvalova@sti-group.com
www.sti-group.com



STOCK PLZEŇ - BOŽKOV s.r.o.

Palírenská 641/2, 326 00 Plzeň, Česká republika
kontaktní osoba: Petra Kocourová
tel.: +420 720 977 633
e-mail: petra.kocourova@stock.cz
www.stock.cz



SENSORY MARKETING

Store Media, s.r.o.

Záhorácka 2, 811 04 Bratislava, Slovensko

kontaktní osoba: Peter Földváry

tel.: +421 903 614 810

e-mail: foldvary@storemedia.eu

www.storemedia.eu



SENSORY MARKETING

Store Media CZ, s.r.o.

Kryštofova 101/7, 140 00 Praha 4 - Háje, Česká republika

kontaktní osoba: Jitka Brožová

tel.: + 420 731 240 476

e-mail: brozova@storemedia.eu

www.storemedia.cz



THE HIGHPACK GROUP

THIMM pack'n'display

U nádraží 498, 277 16 Všetaty, Česká republika

kontaktní osoba: Leoš Máslo

tel.: +420 602 247 103

e-mail: Leos.Maslo@thimm.cz

www.thimm.cz



UGO! Media, s.r.o.

Elišky Přemyslovny 378, 156 00 Praha 5 - Zbraslav, Česká republika

kontaktní osoba: Marek Kolařík, MBA

tel.: +420 774 100 101

e-mail: m.kolarik@ugo-media.eu

www.ugo-media.eu



THE STORE MAKERS

umdasch Story Design a.s.

Moravská 949, 570 01 Litomyšl, Česká republika

kontaktní osoba: Ladislav Lána

tel.: +420 724 340 753, +420 461 613 313,

+420 461 613 112

e-mail: ladislav.lana@umdasch.com

www.story-design.cz, www.umdasch.com



up brand activation, s.r.o.

Porážka 206/4, 602 00 Brno, Česká republika

kontaktní osoby: Mojmir Špalek, Stanislava Doskočilová

tel.: +420 543 237 293

e-mail: mojmir.spalek@upagency.cz,

stanislava.doskocilova@upagency.cz

www.upba.cz



Upfield ČR, spol. s r.o.

Karla Engliša 3201/6, 150 00 Praha 5,

Česká republika

kontaktní osoba: Jan Kalina

tel.: +420 603 420 490

e-mail: Jan.Kalina@upfield.com

www.upfield.com



Upfield Slovensko, spol. s r.o.

Vajnorská 100/B, 831 04 Bratislava,

Slovensko

kontaktní osoba: Katarína Černeiová

tel.: +421 903 233 507

e-mail: katka.cerneiova@upfield.com

www.upfield.com



Ústav marketingových komunikací FMK UTB ve Zlíně

Univerzitní 2431, 760 01 Zlín,

Česká republika

kontaktní osoba: Mgr. Josef Kocourek, Ph.D.

tel.: +420 606 777 292

e-mail: kocourek@utb.cz

<https://fmk.utb.cz/>



WELLEN a.s.

Čerpadlová 991/4a, 190 00 Praha 9,

Česká republika

kontaktní osoba: Petr Šimek

tel.: +420 270 004 040

e-mail: info@wellen.cz

www.wellen.cz



YASHICA s.r.o.

Žďárského 186, 674 01 Třebíč,

Česká republika

kontaktní osoba: Miroslav Křivánek

tel.: +420 606 505 332

e-mail: krivanekm@yashica.cz

www.yashica.cz

Čestný člen

- Ing. Boček Martin
- Mgr. Brabec Pavel
- Ing. Bukovská Blanka
- Hrubalová Monika
- Charvát Michal
- Mgr. Kaňovský Ivo
- Ing. Mikeš Jiří
- Ing. Nováková Marta
- Pavlata Libor
- Sobota Zdeněk
- Ing. Štádler Michal
- RNDr. Tamchyna Jaroslav
- doc. PhDr. Vysekalová Jitka, Ph.D.

Spolupracující subjekty

- Asociace českých reklamních agentur a marketingové komunikace - AČRA MK
- Česká marketingová společnost - ČMS
- Sdružení dodavatelů pro signmaking České republiky
- www.mistoprodeje.cz
- Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR - SOCR ČR
- Marketingový institut - MKTI
- Ipsos - agentura pro výzkum trhu a veřejného mínění v České republice



3A Composites GmbH

www.display.3AComposites.com

3A Composites (součástí firmy je Polycasa) vyrábí polotovary pro oblast vizuální komunikace. Jsme nadnárodní společnost s výrobkami po celé Evropě (i v Čechách), naše výrobky se uplatňují v průmyslu, designu, stavebnictví...

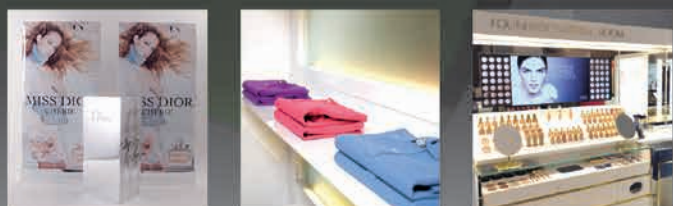
Používají se v při digitálním tisku, sítotisku, obložení budov, výrobě nápisů a log, výstavnictví, při výrobě světelných prvků, nábytku, zasklení, zakrytí střeš, bazénů, výrobě POS/POP, vybavení obchodů, při tvorbě vnitřního designu....



SHOP DESIGN. SHOPFRONTS. NÁBYTKÁŘSTVÍ.



CORPORATE IDENTITY. EVENTMARKETING.



VELETRŽNICTVÍ. OBCHODNÍ A BYTOVÁ VÝSTAVBA.

DIBOND® FOREX® SMART-X® KAPA® DISPA® LUMEX®
CRYLUX® CRYLON® LENTICULAR®

MATERIÁLY PRO JEDINEČNÉ SVĚTY PLNÉ ZÁŽITKŮ.

Faktorem úspěchu jedinečných světů plných zážitků jsou hodnoty značky a s tím spojený životní styl dlouhodobého transportu po celém světě.

S tímto cílem společnost 3A Composites GmbH vyvíjí, vyrábí a prodává vysoce kvalitní materiály přesně pro takové světy plné zážitků: pestrá nabídka hliníkových kompozitních materiálů, plastových a papírových desek až po transparentní a translucenční desky, které se dají použít pro design prodejních prostor a interiérů, v nábytkářství, regály na zboží, cenovky, směrovky nebo označení kabin.

Velmi široká paleta produktů pro realizaci Vašich kreativních nápadů!



94 Minutes s.r.o.

Letos tomu bude již **27 let** co poskytujeme komplexní nabídku služeb v oblasti marketingu a reklamy. Specializujeme se na značení, výrobu a prodej tradičních i originálních reklamních a dárkových předmětů. V našem balícím a logistickém centru zajišťujeme komplexně partnerské programy odměn. Filozofií společnosti je budování pevných dlouhodobých vztahů nejen s dodavateli a klienty, ale i uvnitř firmy. Naší předností je rychlost, flexibilita, spolehlivost a zodpovědný přístup.

V novém eshopu 94 Minutes <http://eshop.94minutes.cz/> lze mimo jiné nalézt nabídku Eko - Bio - recyklovaných dárkových předmětů a textilu.

Nabízené služby:

- potisk reklamního zboží a textilu
- komplexní zajištění partnerských programů
- speciální zakázková výroba (EU, Asie...)
- pracovní, promo, eko a bio textil
- vlastní tiskové technologie
- grafické práce, výroba tiskovin, razítek...

Reference:

Bosch, Vodafone, Pfizer, Korado, CZ NIC, Merck, Zoetis...

www.94minutes.cz

Novinky:

- **SPUSTILI JSME NOVÝ E-SHOP!** Možnost selekce např. Eko - Bio produktů
- **25. května 2020 jsme obdrželi CERTIFIKÁT: ČSN EN ISO 9001:2016**
- **Naše společnost je výhradním VÝROBCEM dotonů pro ČR. Objednávejte na info@dotony.cz**



Dotons - řekni to knoflíkem...

Doton je ozdobný, reklamní puntík na Váš knoflík.

Dotonem můžete vyjádřit příslušnost k firmě, značce, fandovství sp. klubu, maturitní třídě a nebo si ho jen vzít na ozdobu.



Adresa společnosti: Bohunická 81, Brno 619 00

Pobočka Praha: Drobná 5, Praha 102 00



GATE

Agentura GATE s. r. o.

www.agenturagate.cz

Jsme BTL agentura se specializací na kompletní retailová řešení. Naší vizí a principem je one brain/one page strategy komunikace na míru zákazníkům našich klientů. Pokrýváme území CZ, SK, HU, AT.

ANALÝZY: brand audit, komunikační audit, design audit, trendy.

PLÁNOVÁNÍ: kampaně a projekty, komunikační strategie, koncepty, nástroje, architektura komunikace, digitální strategie.

KREATIVA: koncepty, designové studie, grafické návrhy, digitální strategie.

PRODUKCE: tisk, 3D, audio-video produkce, on-line a digitální produkce, sign-making.

SKLADOVÁNÍ: kompletace a balení, distribuce, logistika.

INSTALACE: audit nosičů, likvidace, recyklace.

PODPORA PRODEJE: věrnostní programy, spotřebitelské soutěže.

EVENT MANAGEMENT: prodejní týmy, hostesing, roadshow.



Věříme, že nakupování má být zážitek.

Věříme značkám našich klientů.

Věříme svým schopnostem.

► **Let's play retail**



Aktivační Agentury sdružují členy AKA,
kteří působí v oboru Brand Aktivace
a Integrované komunikace.

Měníme nákup na zážitek

Navštivte naše dvě prodejny v novém kabátu – v Jesenici a na Florenci. Tyto supermarkety Albert představují nový koncept pro rychlejší a pohodlnější nakupování. Již od vstupu zaujmou vzdušností a přehledností díky otevřenému prostoru. S orientací mezi jednotlivými odděleními pomáhají odlišné motivy na podlaze. Prodejny jsou vybaveny moderním nábytkem, chladicími zařízeními a novým systémem světel.

Zákazníkům přináší řadu novinek a inovací, např. čerstvost a kvalitu ovoce a zeleniny tu udržuje systém chlazení suchou studenou párou, pro jejich zabalení

je možné využít opakovaně použitelné Frusacky z kukuřičného škrobu. Eko trendy podporujeme také bezobalovým prodejem potravin, konkrétně suchých plodů a luštěnin, které lze dávkovat z násypníků do připravených papírových pytlíků. Nová služba Albert scan umožňuje zákazníkům načítat zboží v průběhu nákupu pomocí ručních skenerů či vlastního mobilního telefonu a ukládat je rovnou do tašky.

Rozšířený sortiment včetně specialit uspokojí náročnější zákazníky, stejně jako možnost občerstvení ve Fresh baru.



ASTRON print, s. r. o.

Výrobce vaší tištěné a 3D komunikace

je významným dodavatelem výrobků a služeb v oblasti polygrafie a 3D reklamy. Na českém trhu působí od roku 1993 a za tu dobu se stal špičkovým polygrafickým uskupením v celém regionu střední Evropy. **Skupina ASTRON** disponuje nejširší nabídkou digitálních i ofsetových tiskových technologií a pokrývá všechny průmyslové způsoby tisku: ofsetový, UV, latexový, sublimační, solventní, sítotisk i dye-based. Výčet také zahrnuje deskové technologie, kaširování, výsekové stroje, řezání laserem a kovovýrobu, včetně navazující LED divize. Naším zákazníkům, z nichž řada patří k významným globálním hráčům, jsme schopni zajistit produkci zakázky od začátku až do konce včetně skladování, závozu vlastní dopravou nebo instalace.

Hotelový resort Zámek Ratměřice je již pět let nedílnou součástí skupiny ASTRON.



PROTANČETE SE VAŠÍ SVATBOU NA ZÁMKU

ATOZ Retail

www.atozretail.cz

Skupina ATOZ Retail je součástí ATOZ Group (společnost se zabývá B2B komunikací v oblastech retailu, marketingu, logistiky, obalového průmyslu, farmacie a segmentu HoReCa).

První aktivitou společnosti bylo v roce 1993 uvedení měsíčníku **Zboží&Prodej**, zaměřeného na obchod s rychloobrátkovým zbožím, na český trh. Nabídku časopisů doplnil v roce 2011 **Tovar&Predaj**, dvouměsíčník věnovaný trhu FMCG na Slovensku.

Kromě toho vydává také speciály zaměřené na specifické segmenty maloobchodu - čerpací stanice, tradiční maloobchod a vietnamské prodejny. Pod křídla skupiny ATOZ Retail přešel v roce 2012 plakát **TOP 30 českého a slovenského obchodu**.

V rámci strategie 360° se už několik let zaměřujeme také na on-line projekty, které tištěná média doplňují. Každý z časopisů má zpravodajský web, elektronický newsletter i stránky na sociálních sítích.

ATOZ Retail je také organizátorem řady eventů zaměřených na maloobchod. Patří k nim např. kongresy pro český i slovenský tradiční trh **Samoška** nebo kongres pro provozovatele čerpacích stanic **Čerpačka**.

1x za měsíc časopis
s auditovaným nákladem
12 500 výtisků

1x za týden
elektronický
newsletter

Denně zprávy
o aktuálním dění v retailu
na www.zboziaprodej.cz a on-line
příspěvky na sociálních sítích



authentica®

GLOBAL RETAIL PARTNER

authentica s.r.o.
615 00 Brno
www.authentica.cz

Přední český výrobce, společnost Authentica, s.r.o., zajišťuje globální servis v oblasti retail marketingu a podpory prodeje. Navrhujeme a vyrábíme POS média, dekorace a specializujeme se na in-store design. Již 18 let dodáváme naše výrobky do více než 30 zemí Evropy. Díky obchodnímu zastoupení ve Švýcarsku a pobočce v Německu jsme schopni zajistit rychlý servis a vysoký standard našich služeb, který je prověřen dlouhodobou spoluprací s nadnárodními společnostmi v rámci celé Evropy.

REFERENCE

BEAM SUNTORY / BEIERSDORF / BUDWEISER BUDVAR / COCA-COLA / COTY / DR. OETKER
FRONTWORK / HARTMANN-RICO / HASBRO / HENKEL / JACK DANIELS / JACOBS DOUWE EGBERTS
KOFOLA / L'ORÉAL / NESTLÉ / PIERRE FABRE DERMO-COSMETIQUE / PEPSICO / PHILIPS
PLAYMOBIL / STAROPRAMEN / STORCK / TELEFONICA

GLOBAL
POS
IN-STORE
DECORATION
RETAIL
PARTNER



fulfillment
by AUTHENTICA

**Logistika
raz-dva-tři!**

Soustředte se na marketing a produkt, my se postaráme o ostatní. Naše logistické a skladové služby se skvěle integrují do vašich systémů, abyste vždy měli přehled o všem, co se v reálném čase děje s vašim zbožím.





INFORMAČNÍ STOJAN

pro regulaci počtu zákazníků



- Automatizované měření příchodu a odchodu osob
- Digitální semafor v závislosti na počtu osob v provozovně
- Digital Signage umožňující publikovat další informace
- Možnost ozvučení komunikovaného sdělení
- Vzdálený dohled a správa z počítače nebo mobilního telefonu
- Kombinace informačního média a dezinfekčního stojanu

Pomáháme vyřešit výzvy, které přináší dnešní doba.



Realizovanými projekty řešíme aktuální potřeby zákazníků.

Měníme atraktivitu prodejního místa a současně pomáháme majitelům a provozovatelům usnadnit jejich podnikání.

Informační stojan s měřením a regulací počtu přichozích a odchodících zákazníků je smysluplné řešení k digitalizaci retailových prostor s vysokou přidanou hodnotou.

Přinášíme inspiraci, užitek i radost.

Příběh AV MEDIA začal roku 1992, kdy jsme se z malé firmy stali špičkou v oblasti audiovizuální techniky. Dnes nabízíme řešení v mnoha segmentech. Stali jsme se lídrem v rentalových službách a přinášíme zákazníkům i výjimečná řešení v oblasti Digital Signage.

Děkujeme, že společně s vámi můžeme tvořit budoucnost v novém digitálním normálu.

Realizace Glance Media, člena skupiny AV MEDIA



www.glancemedia.cz

REKLAMNÍ MÉDIUM CINEXPRESS V MULTIKINECH CINESTAR

Multikina dnes aktivně využívají digitální kinoreklamu v sálech i předsálích. Reklamní médium CineXpress se vyznačuje vysokou kvalitou zobrazení, flexibilitou sdílených informací, stabilitou navržené architektury a bezproblémovým provozem.



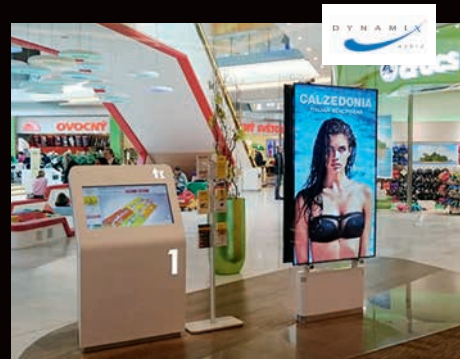
REKLAMNÍ MÉDIUM GECO

GECO, a. s., se podařilo prostřednictvím velkoplošných displejů lépe oslovit a udržovat individuální vztah s komunitou věrných zákazníků v jedné z největších maloobchodních sítí v ČR. Od roku 2012 se povedlo vytvořit reklamní médium s více než 760 zobrazovači.



REKLAMNÍ MÉDIUM DYNAMIX MEDIA

Reklamní médium určené pro síť vertikálně umístěných displejů, které nyní přicházejí do popředí zájmů majitelů obchodních center i provozovatelů médií a jejich inzerentů. Prezentovaný digitální obsah v HD kvalitě je podpořen i nadčasovým designem.





BEL SÝRY ČESKO A.S.

PORTFOLIO

- Bel Sýry Česko je mezinárodním výrobcem značkových sýrů.
- Do portfolia Bel patří mezinárodně známé značky Veselá kráva®, Kiri®, Mini Babybel®, Leerdammer® a dále lokální značky, v České republice například Gervais®, Smetanito®, Želetava® a další.

NÁŠ CÍL

- Naším klíčovým cílem je trvalý růst a posilování pozice našich značek na trhu.

PRIORITY

- Jakožto zodpovědný potravinářský výrobce umožňuje společnost Bel svým spotřebitelům sladit potěšení a výživu, chuť a potřeby.



www.belsyry.cz

DEJ SI HRAVOU SVAČINKU!

SKVĚLÁ
CHUŤ

PŘÍRODNÍ
SÝR

ZDROJ
VÁPNIKU





Bonduelle je francouzskou rodinnou firmou založenou v roce 1853, v současné době má 58 továren ve 12 zemích a prodává se ve 100 zemích světa.

Již 167 let se úzce podílíme na vývoji moderní rostlinné produkce ohleduplně vůči půdě, vodním zdrojům a ovzduší. Naším závazkem je inovovat celý proces rostlinné výroby, který začíná na poli a končí na talíři.

Jsmo průkopníky v inovativních a vhodných řešeních v otázce lepšího stravování s respektem k naší planetě a zajištění kvality života budoucích generací. To je totiž naše přesvědčení: příroda je naše budoucnost.

V Bonduelle dnes spolupracujeme s 3 400 zemědělci a pěstujeme víc jak 500 druhů zeleniny. Kvalitu neúnavně kontrolujeme v průběhu celého procesu výroby, počínaje sklizní až po skladování potravin.

Naši vizí je pomáhat lidem dosáhnout zdravějšího životního stylu tím, že zodpovědně vyrábíme zdravé rostlinné potraviny, které jsou chutné, rychlé na použití a dostupné všem kdykoliv a kdekoliv.

www.bonduelle.cz

 facebook.com/bonduelle.cz

 instagram.com/bonduelle.cz



Luštěniny a zelenina,
které    % překvapí!



Bohaté na bílkoviny a vlákninu
Bez lepku

Nová forma luštěnin a zeleniny
Hotové během pár minut

www.legumio.cz



BROWN-FORMAN

Brown-Forman Czechia, s.r.o.

Klimentská 1216/46, 110 00 Praha - Nové Město

www.brown-forman.com

Tento významný zadavatel je českou pobočkou jednoho z hlavních světových výrobců a distributorů kvalitních prémiových destilátů a vín. Brown-Forman vlastní více než 25 značek vín a destilátů, jako je Jack Daniel's Tennessee Whiskey, Finlandia Vodka, Chambord a další.

Budějovický Budvar

Budějovický Budvar, n.p.

www.budejovickybudvar.cz

JSME NÁRODNÍ PIVOVAR

Jsme odpovědní správci pivovarské moudrosti a dovednosti. Šíříme slávu a radost z poctivého českého piva.

Pivovar Budějovický Budvar byl založen v roce 1895 a i dnes zůstává plně v českých rukou. Dalo by se říci, že každému Čechovi patří kousek našeho pivovaru.

A to je pro nás závazek dbát na **zachování tradičních metod vaření** a **kvalitu surovin** i k **rozvoji českého pivovarnictví** a spolupráci napříč oborem.

PRVNÍ HOŘKÝ LEŽÁK Z BUDVARU.

Hořkost díky českému chmelu Agnus a barva docílená sladem Crystal Light. Díky tomu má náš ležák zajímavou barvu a příjemnou chuťovou uhlazenost.





Coca-Cola HBC
Česko a Slovensko

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

Českokobrodská 1329, 198 21 Praha 9 - Kyje
Telefon: +420 283 015 111 • e-mail: vnejsi-vztahy.cz@cchellenic.com

www.coca-cola.cz

„Naším posláním je přinášet osvěžení našim spotřebitelům, být partnerem našim zákazníkům, přinášet zisk našim akcionářům a obohacovat život místních komunit.“

Coca-Cola HBC Česko a Slovensko, s.r.o., je členem skupiny Coca-Cola HBC Group, jednoho z největších světových producentů značkových nápojů společnosti The Coca-Cola Company. Naše skupina operuje ve 28 zemích Evropy, Asie a Afriky a nabízí nápoje více než 589 milionům spotřebitelů. Celá skupina má více než 36 000 zaměstnanců, 66 výrobních center a 307 distribučních center a skladů. Centrála společnosti Coca-Cola HBC Group je registrována ve Švýcarsku. Akcie firmy jsou obchodovány v prémiovém segmentu na Londýnské burze cenných papírů a v rámci sekundárního listingu na burzách v Aténách. Veškerá činnost firmy Coca-Cola HBC Group směřuje k dosažení vůdčího postavení v oblasti udržitelného rozvoje.

DESIGN SE MĚNÍ **SKVĚLÁ CHUŤ ZŮSTÁVÁ** **VYBER SI TU SVOJI**



TASTE THE FEELING®



Název společnosti:

CZECH PROMOTION systems s.r.o.
Palác Karlín, Thámova 298/13, 180 00 Praha 8-Karlín

Kontaktní osoba:



Miroslav Netušil | Business Director
+420 604 366 603 | miroslav.netusil@promotion.cz

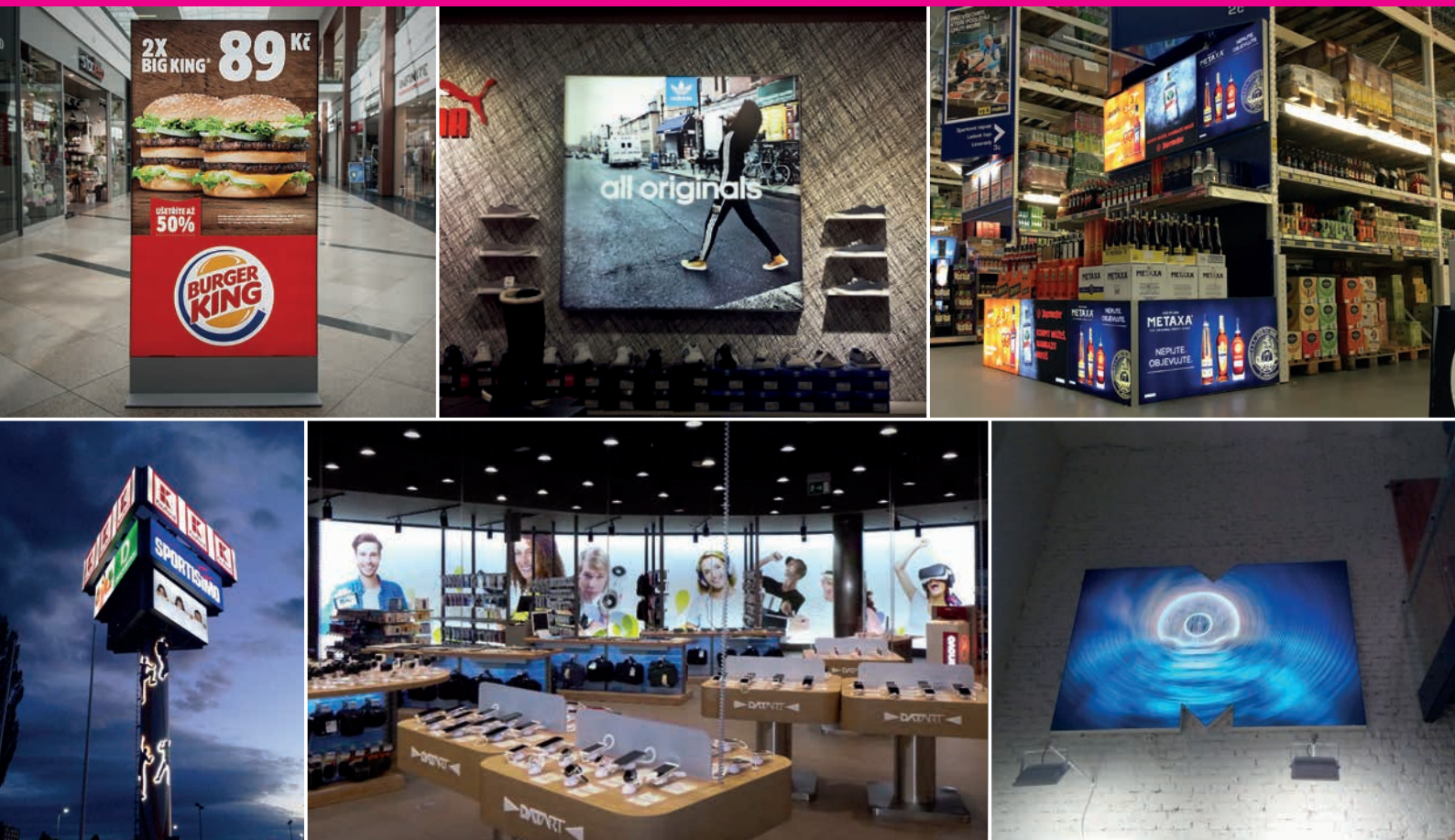
Odkaz na webové stránky:

www.promotion.cz, www.chytreramy.cz

Charakteristika společnosti:

Czech promotion systems s.r.o. je lídrem ve vizuální komunikaci a výrobě světelných a nesevětelných systémů pro Signmaking, Instore a Retail marketing. Vyvíjí a přináší na evropský trh inovativní vizuální nosiče a média pro efektivní komunikaci se zákazníky v místě prodeje i mimo něj.

LÍDR VE VIZUÁLNÍ KOMUNIKACI A VÝROBCE SVĚTELNÝCH A NESVĚTELNÝCH PANELŮ



čermák design

www.cermak-design.cz

architektura
komerční interiéry
soukromé interiéry
výstavnictví
podpora prodeje



Postaráme se o vaši zakázku od návrhu až po realizaci.

čermák design

email: info@cermak-design.cz, telefon: +420 604 202 091



est. 1991

MANUFAKTURA[®]

Český národní podnik s.r.o.

www.manufaktura.cz

MANUFAKTURA, síť prodejen s originální českou kosmetikou a doplňky pro jedinečné domácí lázně. Za značkou stojí společnost Český národní podnik s.r.o., která byla založena již v roce 1991 s cílem podpořit a vyzdvihnout lokální produkty a českou tradici. Tuto myšlenku ctí dodnes. MANUFAKTURA si zakládá na poctivosti, vysoké kvalitě, využití českých přírodních surovin, zodpovědném vztahu k ekologii a trvalé udržitelnosti a příjemné pracovní atmosféře napříč celou podnikovou strukturou od managementu až po prodejny. Ty se vyznačují svou domácí atmosférou, profesionální a příjemnou obsluhou a jsou místem, kam se zákazníci rádi vracejí.

Díky těmto zásadám a radosti z práce vznikají nápadité a originální produkty, které potěší ženy i muže všech věkových kategorií a jsou tak skvělým **reklamním dárkem** pro obchodní partnery nebo zaměstnance.



MANUFAKTURA

est. 1991

*Inspirováno
přírodou.*



*Tvořeno
s láskou.*



*Vyrobeno
v Česku...*

WWW.MANUFAKTURA.CZ

Všechno kolem

POP KOMUNIKACE

můžete bez starostí
nechat na nás

DAGO



Rozumíme
**NÁKUPNÍMU
ROZHODOVÁNÍ**

Vytváříme
**LEPŠÍ
MÍSTA PRODEJE**

Pomáháme
LÉPE PRODAT

SHOPPER
VÝZKUM

VYJEDNÁVÁNÍ
S RETAILERY

STRATEGIE
A KREATIVA

2D A 3D GRAFIKA
A DESIGN

TECHNOLOGIE,
VÝVOJ
A PRODUKCE

LOGISTIKA

VYHODNOCENÍ
ÚČINNOSTI

ON-LINE
PROJEKTOVÝ
MANAGEMENT

**DAGO
CIS**

Complex
In-store
Solution

**SHOPPER
FOCUSED
POP MEDIA**

Jsme fullservisová POP komunikační agentura s vlastní výrobou založená v roce 1993. Pracujeme aktivně s více než stovkou klientů z oblasti FMCG, elektroniky, farmacie, hobby, finančních služeb a dalších oborů. Do projektů našich klientů aplikujeme v rámci našeho konceptu DAGO CIS (Complex In-store Solution) teoreticko-praktické know how z oblasti instore komunikace a působení POP materiálů na nákupní chování zákazníků, které vychází z nejnovějších výzkumů a trendů. Díky tomuto

přístupu dosahujeme při tvorbě POP médií nejen líbivosti a technické funkčnosti, ale především jejich maximální účinnosti. Nabízíme komplexní zpracování projektu – od analýzy vhodného řešení a strategického plánování, přes realistické designérské návrhy, konstrukční řešení a sériovou výrobu ve vlastním výrobním středisku ve Zdicích u Berouna až po dopravu a implementaci na prodejní plochu.

Našimi klíčovými hodnotami jsou
RYCHLOST – DŮVĚRA – ZNALOSTI – KREATIVITA.

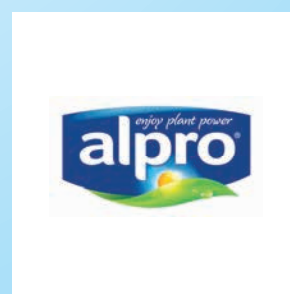
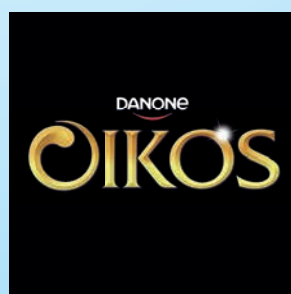
www.dago.cz



S cílem přinášet zdraví prostřednictvím jídla co největšímu možnému počtu lidí, patří Danone ke světovým lídrům ve výrobě potravin a nápojů. Základy společnosti tvoří čtyři pilíře oblasti podnikání – čerstvé mléčné produkty a produkty na rostlinné bázi, vody, dětská výživa a klinická výživa.

V Danone se snažíme inspirovat ostatní ke zdravějším a udržitelnějším způsobům stravování a pití, které jsou zároveň v souladu s naší vizí – **One Planet. One Health**, která v sobě odráží naše silné přesvědčení, že zdraví lidí a zdraví naší planety jsou spolu navzájem úzce propojeny. Záměrně se proto soustředíme na kategorie orientované na zdraví s potenciálem vysokého růstu a zavazujeme se k efektivnímu, udržitelnému a zodpovědnému způsobu fungování.

Naše produkty naleznete ve více jak 120 zemích světa již 100 let. Na českém trhu jsme od roku 1992 a k našim nejznámějším produktům, které tu najdete, patří Activia, Actimel, Oikos, Alpro, Kostíci, Fantasia a nově také Danio.





www.dekor.cz

Společnost DEKOR s.r.o. působí v oboru in-store komunikace již od roku 1990. Naši specializací je komplexní servis ve vybavování značkových prodejen a výrobě POS stojanů a shop-in-shop systémů po celé Evropě. Nabízíme výhodné cenové relace při dodržení vysokých kvalitativních parametrů a zároveň špičkového designu.

Komplexnost služeb zahrnuje projektové fáze jako design, technický inženýring, kalkulace, vzorování, sériová výroba a další doprovodné služby jako skladování, dodávky just-in-time, instalace, údržba, likvidace stojanů, atd.

Dekor je jako jediná firma z České republiky členem prestižní celosvětové organizace GIC. Je také členem profesní asociace POPAI CENTRAL EUROPE. Členství v těchto dvou významných organizacích umožňuje neustálý přísun informací o aktuálních POP trendech, novinkách a výrobních inovacích z celého světa.

DEKOR s.r.o.
Hradištská 849
687 08 Buchlovice
Czech Republic

Tel.: +420- 572 430 555
dekor@dekor.cz



shop-in-shop



POS displays



interiéry prodejen





#RetailBeauty
Since 1973



INNOVATION
&
SUSTAINABILITY

MAYBELLINE
NEW YORK

► DIAM is brand partner for Merchandising, Displays and Shopfitting solutions:

- Everywhere in the World, with local presence and global benefits
- To multiple Brands in Luxury, Beauty, Fashion (...)
- From A to Z, full service, from Retail consulting to creative design, engineering to manufacturing to installation, maintenance to services IN STORE and post use recycling

DEDICATED
TEAMS



Contact person : **Igor Kowalski** Senior Account Manager

Mobile: (00 48) 511 979 509

E: igor.kowalski@diaminter.com

DIAM POLAND SP. z o.o., ul. Wrocławska 56, 56-410 Dobroszyce, Poland
NIP: 9112017849 REGON: 365940810 KRS: 0000648525



eclipse.

Eclipse Print a.s.

Přátelství 1615/1a, Uhřetěves, 104 00 Praha 10

www.eclipse-print.cz

Jsme česká výrobní společnost s rozsahem po celé Evropě. Vlastníme 4 tiskárny (CZ, PL, HU, SI) s rozlohou 42 000 m² a máme celkem 10 obchodních zastoupení (CZ, SK, DE, AT, PL, HU, SI, HR, IT, BE).

Eclipse Print a.s. se prioritně zaměřuje na velkoformátový tisk OOH (CLV, billboardy, plachty, bannery...), POS (kartonové stojany, brány-most, paletové ohrazení, paletové omotávky...) a obaly (krabice, otevřená vlna, desky...). Jsme výrobci POS z materiálů z vlnité lepenky, plastu, překližky, polystyrenu, textilu... Vlastníme certifikace FSC, což vám garantuje, že vámi požadovaný papírový výrobek je z šetrně obhospodařovaných lesů...

V rámci zrychlení dodání zakázky a co nejlepší nabídky se snažíme být co nejvíce soběstační, jako jedni z mála vlastníme technologii na výrobu vlnité lepenky, vyrábíme výsekové raznice, máme velkoformátový ofset (až 2000 x 1500 mm), nabízíme partnerům copacking, skladování... V oblasti produkce OOH médií spolupracujeme např. se spol. Billa, BigBoard, Group M, Super poster, Médea... Z FMCG branže zajišťujeme produkci brandů od společností Nestlé, Reckitt Benckiser, Karlovarské minerální vody, Pivovary Staropramen, Heineken, PepsiCo, Stock Plzeň-Božkov, L'Oréal, Dermacol...

eclipse.

We shape



ECLIPSE PRINT jsme výrobcem velkoformátové reklamy, POS displejů a obalů. Naše pozice na evropském trhu je jedinečná, protože nabízíme správnou kombinaci flexibility, kapacity tisku a silného technického zázemí.

INOVACE – vysoká úroveň zákaznické podpory, kterou poskytujeme je posílena naším technologickým zázemím.

SPOLEHLIVOST – Jsme ověřeným výrobcem s více než 25 lety zkušeností. Vlastníme 4 provozovny.

SPRAVEDLIVÝ A OTEVŘENÝ PŘÍSTUP – nabízíme konkurenceschopné ceny, přiměřené termíny dodání a perfektní kvalitu produktů.



www.eclipse-print.com

eclipse.

the print

Jsme česká výrobní společnost s rozsahem po celé Evropě. Vlastníme 4 tiskárny (CZ, PL, HU, SI) s rozlohou 42.000 m² a máme celkem 10 obchodních zastoupení (CZ, SK, DE, AT, PL, HU, SI, HR, IT, BE).

Eclipse Print a.s. se prioritně zaměřuje na velkoformátový tisk OOH (CLV, billboardy, plachty, bannery...), POS (kartonové stojany, brány-most, paletové ohrazení, paletové omotávky...) a obaly (krabice, otevřená vlna, desky...).

Jsme výrobci POS z materiálů z vlnité lepenky, plastu, překližky, polystyrenu, textilu... Vlastníme certifikace FSC, což vám garantuje, že vámi požadovaný papírový výrobek je z šetrně obhospodařovaných lesů...

V rámci zrychlení dodání zakázky a co nejlepší nabídky se snažíme být co nejvíce soběstační, jako jedni z mála vlastníme technologii na výrobu vlnité lepenky, vyrábíme výsekové raznice, máme velkoformátový ofset (až 2000 x 1500 mm), nabízíme partnerům copacking, skladování...

V oblasti produkce OOH médií spolupracujeme např. se spol. Billa, BigBoard, Group M, Super poster, Médea...



www.eclipse-print.com



ExTech s.r.o.

www.extech.eu

Společnost ExTech působí na našem trhu od roku 2001 a je dodavatelem softwarových systémů pro správu prodejních prostorů a category management.

Klienti společnosti ExTech využívají systém Quant mimo jiné k tvorbě planogramů a řízení kategorií na prodejnách, k plánování promočních materiálů, správě příslušenství a komunikaci s dodavateli. Novinkou pro rok 2018 je pokročilá správa cenovek.

Reference:

Dr.Max / Sportisimo / Mconomy / DEK / Mountfield / Sanacorp / Auto Kelly / ebl Naturkost / Sklizeno / Karolinger Apotheke / BioCategoryManagement / GSK / Bio Company / FixServis / Naturkost West / Farmastore



www.quantretail.cz

Inteligentní Retail Management



Cloudové řešení pro správu retailových prostorů, produktových kategorií, planogramů a cenovek.

Fakulta masmediálnej komunikácie

Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave

Fakulta masmediálnej komunikácie je jednou z piatich fakúlt Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave. V roku 1997 začala ako prvá na Slovensku poskytovať komplexné vzdelanie v oblasti mediálnej komunikácie. V súčasnosti ponúka študijné programy zamerané na oblasť masmediálnej komunikácie, marketingovej komunikácie, vzťahov s médiami, mediálnej výchovy a digitálnych hier. Študentom i pedagógom poskytuje priestor uplatniť teóriu i kreativitu vo fakultnej kreatívnej a eventovej agentúre, univerzitnom časopise Atteliér, online magazíne Gaudeo, fakultnom rádiu Aetter, fakultnej televízii FMK TV, prezentovať a zviditeľniť svoju fotografickú tvorbu v galerijnom priestore Galérie Ľudovíta Hlaváča a rozvíjať svoje mákké zručnosti pri organizovaní herného festivalu UniCon.

Fakulta masmediálnej komunikácie je organizátorom medzinárodne etablovaných vedeckých konferencií Marketing Identity a Megatrendy a médiá. Zároveň je vydavateľom vedeckých časopisov Communication Today, European Journal of Media, Art and Photography, Media Literacy and Academic Research a Lege Artis indexovaných v databáze Web of Science.

www.fmk.sk





Ferratt International Czech s.r.o.

www.ferratt.com

Společnost Ferratt svým zákazníkům poskytuje komplexní řešení pro prezentaci v místě prodeje. Díky špičkové technologické vybavenosti můžeme v porovnání s konkurencí nabídnout „in-house“ kompletní digitální i ofsetovou produkci bez následné kooperace. Pod jednou střechou jsme tak schopni zákazníkům nabídnout produkty na klíč - od vývoje, vizualizace, přes návrh designu, grafiky, výrobu, copacking a distribuci.

Firemní politika Společnosti je založena na profesionálním přístupu a neustálé snaze být zákazníkovi blíž, a to při respektování požadavků legislativy - informovat o nových produktech a službách, poskytnout kvalitní produkt za všech okolností.

Naší obchodní strategií je kontakt se zákazníkem již v raném stádiu vývoje projektu a poskytování maximální technické podpory ve vazbě k finálnímu návrhu produktu. Touto podporou získáme konkurenční výhodu s ohledem na kapacity a výrobní schopnosti organizace. Neustále zlepšujeme zavedený integrovaný systém řízení dle mezinárodních norem ISO 9001, ISO 14001, 18 001 a ISO 27001 stejně jako certifikaci FSC.



V únoru 2019 jsme jako první v ČR pořídili nejvýkonější flatbed tiskárnu na trhu od firmy Inca. Jedná se o model Inca onset X3, který je doplněn o robotické podavače materiálu od firmy ABB.

Tiskárna je schopna tisknout rychlostí až 900m²/h

Maximální potisknutelný formát je 3150x1600mm

Disponuje lesklým a matným módem tisku

GAIA GROUP SE

www.gaiagroup.cz

Už od roku 2012 vytváříme specifickou atmosféru ve Vašich provozovnách. Ať už vlastníte hotel, restauraci, benzinovou pumpu nebo třeba parfumerii. Staráme se o to, abyste mezi svými zákazníky byli vidět, slyšet a cítit. Náš zkušený tým Vám sestaví playlist, vytvoří originální vizuál nebo namíchá nezaměnitelnou vůni tak, že si Vás zákazníci zaručeně zapamatují.

Místo prodeje je jedním z nejdůležitějších článků Vašeho prodejního řetězce. Podle průzkumů dochází v místě prodeje až k 87% nákupních rozhodnutí. My to moc dobře víme, protože tato oblast je naše domácí hřiště.

Celý život je o emocích a my umíme zařídit, že budete šířit jenom ty pozitivní. Nechte zákazníky vnímat vaši značku všemi smysly!

„Baví nás vyvolávat emoce.“

Emotions to your
brand and place

easy:AROMA

easy:TV

easy:MUSIC

GAIA 

EMOTIONS TO YOUR BRAND & PLACE

www.gaiagroup.cz
info@gaiagroup.cz





GENERALI ČESKÁ POJIŠŤOVNA

Generali Česká pojišťovna a.s.

www.generaliceska.cz

Generali Česká pojišťovna představuje moderní finanční instituci se silnou znalostí českého trhu a mezinárodním zázemím. Její kořeny sahají hluboko do 19. století.

Velikost pojišťovny a její stabilita zaručují, že Generali Česká pojišťovna bude za všech okolností schopná dostát svým závazkům. Stejně jako přinášet zásadní technologické inovace i rychlé a profesionální služby.

Milióny klientů si nás vybraly a spoléhají na nás. Když se něco přihodí, mají k dispozici rozsáhlou pojistnou ochranu, srozumitelné služby a rychlé vyřízení škod.

Generali Česká pojišťovna je snadno dostupná napříč celou Českou republikou, a to nejen ve velkých městech, ale i v těch menších. Naši odborníci jsou připraveni pomoci klientům s řešením jejich specifických potřeb.



Nelepší
neživotní pojišťovna
2020



Klientsky nejpřívětivější
neživotní pojišťovna
2020

**DVOJITÉ VÍTĚZSTVÍ
NÁS TĚŠÍ DVOJNÁSOBNĚ!
DĚKUJEME**



GENERALI
ČESKÁ POJIŠŤOVNA



Globus ČR, k.s.

Adresa společnosti: Kostelecká 822/75, 196 00 Praha 9 - Čakovice

Činnost rodinné společnosti Globus zahájil roku 1828 Franz Bruch otevřením obchodu s potravinami v St. Wendelu v Německu. V současné době stojí v čele firmy představitel již páté generace rodiny Bruchů - Thomas Bruch.

Na český trh vstoupil Globus před více než jednadvaceti lety a byl historicky prvním hypermarketem, který byl v roce 1996 na našem území otevřen. V současné době se na území České republiky nachází 15 hypermarketů. Každý hypermarket provozuje své vlastní řeznictví s uzenářskou výrobou. Čerstvost zaručují každodenní dodávky masa a práce řezníků, kteří každý den maso bourají a dál kuchyňsky zpracovávají. Podobný přístup jako u masa a uzenin platí také pro pečivo. V každém hypermarketu funguje vlastní pekařství, kde pekaři vyrábí chléb i pečivo tradičním řemeslným způsobem a dle vlastních receptur, jejichž základem je pravý žitný kvas. Součástí každého hypermarketu je také cukrářská výroba a vlastní restaurace. Globus nabízí svým zákazníkům také službu samoobslužného nakupování Scan&Go, k jejímž největším výhodám patří úspora času a rychlé odbavení bez čekání u pokladny.

Více informací na www.globus.cz.



25 LET
SPOLEČNOU CESTOU



25 LET
SPOLEČNOU
CESTOU



HEINEKEN Česká republika, a.s.

www.heinekenceskarepublika.cz

HEINEKEN je druhou největší pivovarnickou skupinou na světě a evropskou jedničkou mezi výrobci piva. V České republice do společnosti HEINEKEN patří tři pivovary: od roku 2003 pivovar Starobrno v Brně, od roku 2007 Královský pivovar Krušovice ve středních Čechách a od roku 2008 pivovar Velké Březno v severních Čechách. Společnost HEINEKEN Česká republika je v současnosti třetím hráčem na domácím trhu s pivem, v exportu se řadí mezi nejdůležitější vývozce. Do portfolia společnosti patří značky Heineken, Desperados, Krušovice, Zlatopramen, Starobrno, Březňák a nealkoholický Zlatopramen NA a Hostan. V roce 2015 rozšířila produktové portfolio o značku Strongbow, nejprodávanější značku cideru na světě. V loňském roce se portfolio ciderů rozšířilo o značku Lišácké jablko.

Nedílnou součástí strategie společnosti v České republice je projekt Brewing a Better World, jehož cílem je snižování dopadu výroby (spotřeby vody, energií a CO₂) a distribuce na životní prostředí, prosazování zodpovědného přístupu ke konzumaci piva a práce s místními komunitami. Největší ambicí HEINEKENU do budoucna je tak stát se nejzodpovědnějším výrobcem piva v České republice.



open your world



Heineken®



HITCZ

Firma HIT CZ s.r.o. - Poděbradská papírna je ryze česká rodinná výrobní firma v oboru reklamní kartonáže, která působí na trhu více než 20 let. Vyrábíme kartonové POS/POP produkty, prodejní displeje, paletové ostrovy, ohrádky, omotávky, násypné koše, promostolky, totemy, pultové stojánky, barkety, autoclony, kaširované obaly a další obalová řešení.

Mimo jiné vyrábíme také reklamní šanony a další drobné reklamní předměty jako jsou tácky, stoppery, wobler, visačky, puzzle apod. Pod jednou střechou nabízíme kompletní služby od vývoje konstrukce, vzorování nebo 3D vizualizaci, přes vlastní výrobu, kompletaci až po logistiku.

Firma HIT CZ s.r.o. - Poděbradská papírna je členem skupiny firem HIT OFFICE Group, zaměřených zejména na výrobu výrobků z kartonu a lepenky. Kromě reklamních předmětů se jedná o kancelářské potřeby, potravinářský program, obalový materiál a spotřební materiál pro vysavače.



PRODEJNÍ STOJANY



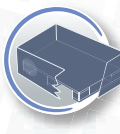
POUTAČE



PULTOVÉ STOJÁNKY



BARKETY



PALETOVÉ DEKORACE



ŠANONY



KRABICE A OBALY



DESKY



REKLAMNÍ TÁCKY



OSTATNÍ POS

POMÁHÁME POSUNOVAT VAŠI REKLAMNÍ KARTONÁŽ DOPŘEDU

WWW.HITCZ.CZ

JSME NENÁPADNÍ, UŽITEČNÍ PRACANTI



HL Display Česká republika, s.r.o.

www.hl-display.cz

Společnost HL Display nabízí nová, inovativní řešení pro merchandising a in-store komunikaci. Naše více než 50ti leté zkušenosti v těchto oblastech nám pomáhají vytvářet a zdokonalovat prvotřídní sortiment výrobků a řešení, která respektují jak stanovený koncept prodejního prostoru, tak specifické požadavky jednotlivých výrobních kategorií.

V posledních letech jsme přišli s novými řešeními pro snadnější a atraktivnější merchandising zboží jako například FACER™, NEXT™, MULTIVO™, ROTOSHELF™ nebo SIGMA™, které již úspěšně využívány v několika maloobchodních sítích v České republice a na Slovensku.

V roce 2018 jsme uvedli na trh zcela novou iniciativu spojenou s trvale udržitelným rozvojem pod názvem HL - Sustainable Choice. Její podstatou je nabídnout našim zákazníkům variantu řešení vyrobených z recyklovaného plastu nebo plastu vyrobeného z bio materiálů.

We offer solutions to help you to **reduce waste** and we innovate to **reduce our own footprint**



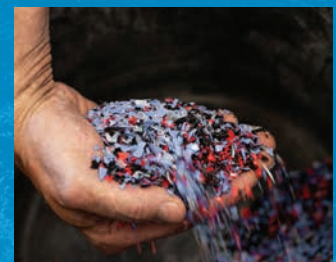
Increase visibility and reduce packaging waste with 4eBin™ bulk merchandising solutions.



Sell more, waste less! Create abundant-looking displays with our fresh merchandising solution Sigma™ and improve both profitability and sustainability by reducing food waste.



Rotating shelf for efficient front-facing. Ensure a better shopping experience while saving time refilling and reducing energy waste, with Rotoshelf™.



HL Sustainable Choice, a growing range of sustainable merchandising solutions **made of renewable or recycled materials.**





Horma - P.O.P. Displays

www.horma.cz

Horma - P.O.P. Displays se zabývá již více než 26 let výrobou stojanů na podporu prodeje. Firma sleduje celosvětové trendy In-store marketingu a aplikuje je do návrhů prodejních stojanů, které zásadně ovlivňují nákupní rozhodnutí v místě prodeje. Naše kreativní oddělení pracuje s nejmodernějšími konstrukčními programy, díky kterým jsme schopni navrhnout design stojanu v digitální 3D podobě a potom jej převést do realistické vizualizace. Vývojové oddělení posléze vyvine funkční vzorek stojanu přesně dle odsouhlaseného návrhu. Díky moderním technologiím v našich výrobních provozech jsme schopni velice pružně reagovat na požadavky zákazníka, plnit krátké termíny dodání a zaručit vysokou technickou úroveň našich produktů.

AWARDS



Company of the Year / POPAI Awards / Gold Crown Prague / POPAI Awards / Oscar Paris

PRODUCTION



DESIGN



PACKAGING



TRANSPORT



SERVICE



Display Superstar
2019

WWW.HORMA.CZ



Cheil

Cheil Czech and Slovak

www.cheil.com



MĚNÍME ZPŮSOB, JAKÝM SE V RETAILU ZNAČKY SPOJUJÍ SE ZÁKAZNÍKY

shop:tect je společnost přinášející nepřeberné množství retailových řešení. Naši komplexní škálu služeb pro maloobchod stavíme na zkušenostech s omnichannel propojením. Vše od digitalizace až po realizaci.



Technologická řešení

Maximální zážitek z nakupování díky moderním technologiím



Výsledky díky datům

K propojení značek se zákazníky využíváme relevantních analýz



Integrovaná produkce pro retail

Poskytujeme maloobchodní řešení šitá na míru



Field Force Marketing

Zaměřujeme se na nábor a efektivní školení prodejců v retailu



shop:tect

Navštivte naše stránky a spojte se s námi
shoptect.com



A Brambles Company

CHEP CZ s.r.o.

www.chep.com

Jsme společností, která desítky let poskytuje efektivní a ekologicky udržitelná řešení v oblasti pronájmu a sdílení pasivní přepravních prostředků (kontejnerů, palet či přepravek) napříč zeměmi a světadíly. Díky našemu řešení se mohou naši zákazníci zaměřit na vlastní podnikání ať už jde o jakýkoliv sektor výroby a distribuce. Našich služeb využívají jak nadnárodní společnosti tak lokální výrobci a distributoři. V oblasti POP/POS řešení, nabízíme tzn. "Díplej platformu" (čtvrtinový formát europalety), která představuje ideální nástroj pro prezentaci zboží na prodejní ploše. Díky patentovanému systému "Blue Click", umožňuje rychlé a spolehlivé upevnění / odstranění kartonových stojanů.

Spolu s dalšími sesterskými společnostmi patříme do skupiny Brambles, kotované na australské burze. Náš team více než 20 tisíc zaměstnanců je založen na vzájemné spolupráci, respektu k lokálním specifikám a snaze porozumět co nejlépe potřebám našich zákazníků, jak výrobců, tak velko a maloobchodníků.





I.D.C. Praha, a.s.

Kubánské náměstí 1391/11, 100 00 Praha 10 - Vršovice

Telefon: +420 222 780 392

E-mail: idcpraha@idcpraha.cz

www.idcpraha.cz

Společnost I.D.C. Praha je dodavatelem - dovozcem trvanlivého pečiva a cukrovinek v České republice. V trvanlivém pečivu nabízí sortiment oplatek, sušenek a piškotů značky Sedita. V cukrovinkách je dovoz zastoupen značkami Figaro (sezónní čokoládové cukrovinky, tradiční rokové výrobky a karamely) a Verbena (bylinkové furé).



TVŮJ ÚSPĚCH, TVOJE



ARAŠÍDOVÁ
HOŘKÁ

LÍSKOOŘIŠKOVÁ

MANDLOVÁ

ARAŠÍDOVÁ
MLÉČNÁ

PEANUT BUTTER

NOVINKA

to nejlepší z reklamních předmětů

má imi partner

 kreativně

 rychle

 spolehlivě



imi partner



www.imi.cz



IMPERIAL BRANDS

JSME IMPERIAL BRANDS

Jsme významným producentem a distributorem nikotinových výrobků s tradicí od roku 1901. Do našeho portfolia patří klasické cigarety Davidoff, West, P&S, Gauloises, R1, L&B nebo Cabinet, řezaný tabák Golden Virginia a Drum a také další potřeby pro kuřáky uváděné na trh pod značkou Rizla.

V současnosti se soustředíme na tzv. produkty nové generace, které uvolňují nikotin bez hoření. Na českém trhu nabízíme vapovací zařízení blu a šest chuťových variant náplní v uzavřeném systému. Dalším zástupcem z kategorie produktů nové generace je zoneX, nikotinové polštářky bez tabáku, které se vkládají pod ret a jejich mentolová chuť se uvolňuje přímo v ústech.

Na českém trhu působíme od roku 2004 jako součást mezinárodní skupiny Imperial Brands PLC a zaměstnáváme přes 130 lidí. Většina z nich je s námi od začátku své pracovní kariéry, i proto pravidelně získáváme ocenění Top Employer Czech Republic a Top Employer Europe.

Imperial Brands
Radlická 14
Praha 5 – Smíchov

www.imperialbrands.cz

REKLAMNÍ DÁRKY

83 % lidí je vítá. 48 % jich chce více.



Zařad'te reklamní předměty do marketingového mixu

89 % lidí si vybaví dárce reklamních předmětů z posledních dvou let → 66 % lidí si vybaví i sdělení → 2x více lidí si zapamatuje značku z reklamních předmětů než z jiného propagačního kanálu → 3x více lidí je má raději než reklamu na internetu → 53 % lidí používá propagační předměty alespoň jednou týdně → 73 % lidí má minimálně jeden vždy u sebe → 52 % obdarovaných má lepší mínění o značce, od které dostali reklamní předmět → 83 % lidí rádo dostává propagační předměty → 48 % lidí by je rádo dostávalo častěji → průměrně si je ponechají 8 měsíců → 57 % nechtěných reklamních předmětů lidé nevyhodí, ale předají dál → až o 54 % zvyšují reklamní předměty šanci na uzavření obchodu

inetprint
JEDNODUŠE ON-LINE

www.inetprint.cz

nejširší nabídka na jednom místě → výrazné množstevní slevy → 15 let zkušeností



JT International spol. s r.o.

Na Pankráci 1683/127 • 140 00 Praha 4 • tel.: +420 221 416 777

www.jti.com

Naše cesta

- Společnost JTI - Japan Tobacco International - je přední tabákovou společností se sídlem ve švýcarské Ženevě.
- Společnost JTI vznikla v roce 1999, když společnost Japan Tobacco koupila společnost RJ Reynolds mimo území Spojených států amerických. Od té doby již dvě desetiletí úspěšně rosteme, a to především díky našim přibližně 40 000 zaměstnancům.
- Vlastníme některé ze světově proslulých značek, včetně značky Winston, která je druhou nejoblíbenější značkou cigaret na světě, a značky Camel. Dalšími významnými mezinárodními značkami jsou Mevius a LD.
- V našem portfoliu se snoubí bohaté dědictví tradičního tabáku s nejnovějšími technickými a vědeckými inovacemi v oblasti produktů se sníženým rizikem.
- Středobodem všeho, co děláme, je pro nás kvalita.



Naše mezinárodní značky

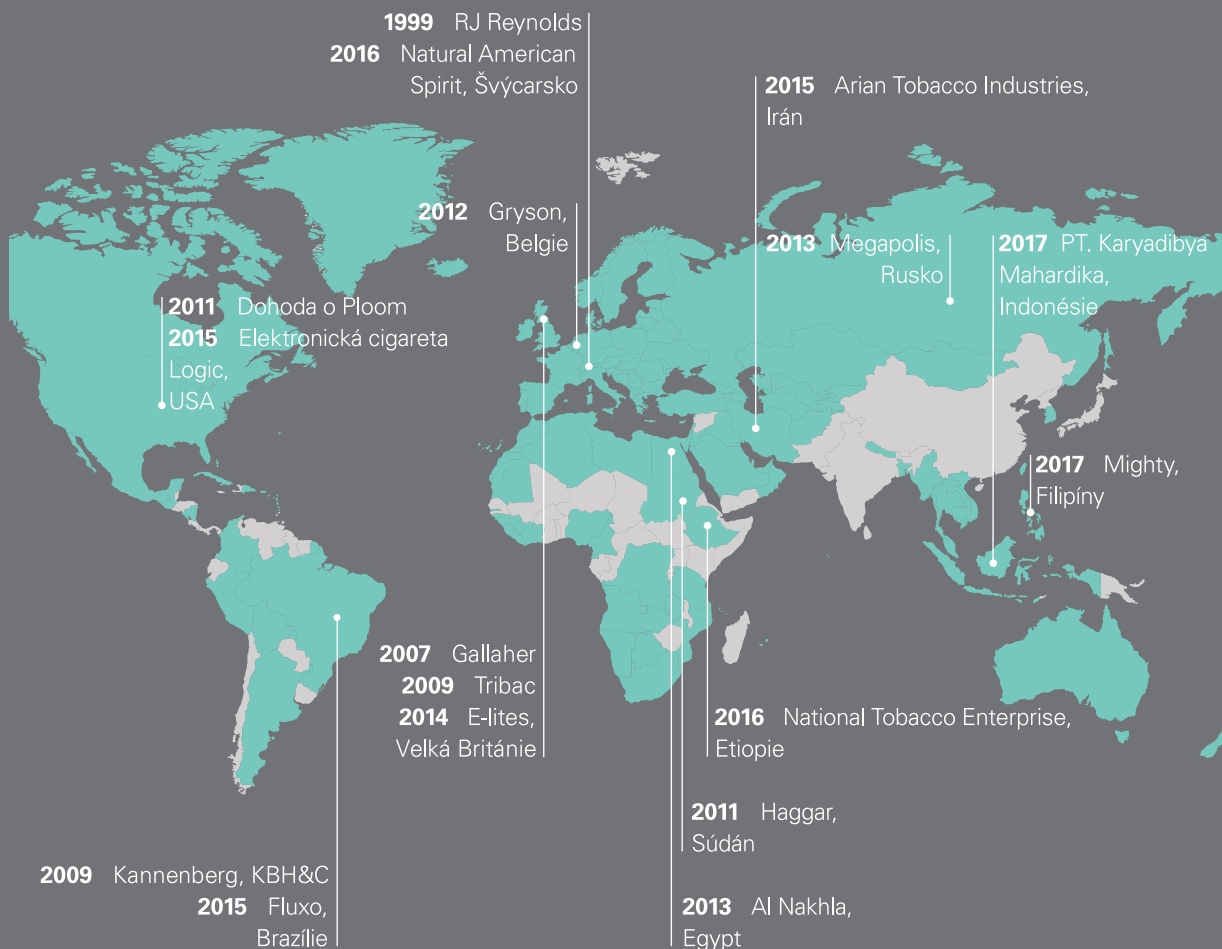
Naše světově proslulé značky tvoří více než 72 % našich prodejů tabákových výrobků.



Produkty se sníženým rizikem

Díky dvěma předním mezinárodním značkám jsme se stali celosvětovým hráčem na trhu s elektronickými cigaretami a zahřívánými tabákovými výrobky.

Naše akvizice





Ki-Wi Digital s.r.o.

Ki-Wi Digital poskytuje vlastní Digital Signage software pro vzdálené ovládání a plánování obsahu a řízení digitálních ploch: displejů, tabletů, infokiosků a LED panelů, které poskytují nakupujícímu přístup k aktuálním informacím, například o nabízeném zboží, produktových novinkách, akčních nabídkách i slevách.

Naše interaktivní infokiosky umožňují neustálý přístup do věrnostního programu načtením čárového kódu z členské karty i tisk vybraných slevových kupónů. Poskytují informace o cenách zboží, jeho složení, prodejních akcích a podobně. Zařízení se automaticky vypíná a zapíná. Jedná se o plně bezobslužný systém pro obsluhu prodejny. Součástí řešení je vzdálený dohled na provoz zařízení a centrální řízení zobrazovaného obsahu. Zabezpečené prostředí neumožňuje nakupujícímu vstup do systému.

www.ki-wi.cz



CONTENT • ANYTIME • ANYWHERE

KDO UŽÍVÁ NAŠE PRODUKTY



Retail

Interakce a zpětná vazba pro nakupující, propojení s katalogy a věrnostními programy.



Státní správa

Infopoint pro občany a návštěvníky, digitální úřední deska.



Výrobní společnosti

Pro interní komunikaci se svými zaměstnanci a jejich motivaci a produktivitu.



Reklamní agentury

Pro účinnou indoorovou a outdoorovou reklamu.



YES YOU
already
KNOW
KNOWINSTORE

VÍME *jak* SE CHOVAJÍ
VAŠI ZÁKAZNÍCI



KNOWINSTORE



DĚKUJEME VŠEM NAŠIM ZÁKAZNÍKŮM A PARTNERŮM

AC MARCA Czech Republic s.r.o. | Albert Česká republika, s.r.o. | ALIMPEX FOOD a.s. | Aviko ČR s.r.o. | Beiersdorf spol. s r.o. | BOLTON CZECHIA, spol. s r.o. | Budějovický Budvar, n. p.
CARLA spol. s r.o. | Coty Česká republika s.r.o. | dunhumby Czech s.r.o. | Edenred CZ s.r.o. | Essity Czech Republic s.r.o. | GlaxoSmithKline Consumer Healthcare | Czech Republic s.r.o.
Globus CR, v.o.s. | Hamé s.r.o. | HARIBO CZ s.r.o. | HARTMANN - RICO a.s. | Heineken Česká republika, a.s. | HENKEL ČR, spol. s r.o. | INTERSNACK a.s. | JACOBS DOUWE EGBERTS CZ s.r.o.
Karlovarské minerální vody, a. s. | Lactalis CZ, s.r.o. | L'ORÉAL Česká republika s.r.o. | MAKRO Cash & Carry CR s.r.o. | MORIS design s.r.o. | Nutricia a.s. | Procter & Gamble | Partner in Pet Food CZ s.r.o.
Perfetti Van Melle Czech Republic, s.r.o. | POLABSKÉ MLÉKÁRNY a.s. | S.C.Johnson s.r.o. | Svaz českých a moravských spotřebních družstev | The Candy Plus Sweet Factory, s.r.o.
UNILEVER ČR, spol. s r.o. | Whirlpool CR, spol. s r.o.

L'ORÉAL PARIS

L'Oréal Česká republika s.r.o.
www.loreal.cz

Společnost L'Oréal se věnuje kráse – kosmetickému průmyslu – již 108 let. Unikátní portfolio čítá 34 různorodých a doplňkových značek, z nichž celkem 26 si mohou koupit zákazníci v České republice. Mezi ty nejznámější patří: Garnier, Giorgio Armani, Kérastase, La Roche Posay, Lancôme, L'Oréal Paris, Maybelline, NYX Professional Makeup, Vichy a Yves Saint Laurent.

Skupina L'Oréal vygenerovala v roce 2016 tržby ve výši 25,8 miliard EUR a zaměstnává 89 300 lidí po celém světě. Jako přední světová kosmetická společnost je L'Oréal přítomen ve všech distribučních sítích: masový trh, obchodní domy, lékárny a drogerie, kadeřnické salóny, parfumerie, cestovní maloobchody i elektronický obchod. V rámci HUBu L'Oréal Česká republika, Slovensko a Maďarsko, s regionální centrálou v Praze, pracuje nyní přibližně 500 zaměstnanců. Na českém trhu je L'Oréal od roku 1994.

Výzkum, inovace a specializovaný výzkumný tým složený z 3 870 lidí jsou jádrem strategie společnosti L'Oréal, který stanovil velmi ambiciózní cíle pro udržitelný rozvoj napříč hodnotovým systémem celé skupiny pro rok 2020.

Více informací najdete na stránkách www.loreal.cz nebo www.loreal.com.



makro

Makro Cash& Carry ČR

www.makro.cz

Makro Cash & Carry ČR bylo založeno jako dceřiná společnost firmy SHV Makro. K 1. lednu 1998 převzala veškeré velkoobchodní aktivity společnosti SHV Makro v Evropě firma Metro AG.

V České republice patří do sítě Makro Cash & Carry ČR třináct velkoobchodních center. Tato centra jsou zaměřena na velkoobchodní prodej širokého sortimentu potravinářského i nepotravinářského spotřebního zboží registrovaným podnikatelům, obchodníkům a dalším subjektům jako jsou nemocnice, školy, orgány státní správy apod.

Podnikatelům (fyzickým i právnickým osobám) vystavujeme na základě registrace zákaznické karty, které jim umožňují vstup nejen do všech prodejen Makro Cash & Carry ČR, ale i do celé sítě Makro / Metro v dalších zemích.

Kromě formátu Cash & Carry nabízí firma přímé závozy zboží svým zákazníkům.

MAKRO VŽDY PO RUCE

STÁHNĚTE SI NOVOU APLIKACI
MOJE MAKRO PRO PARTNERY



Informace
na jednom místě.



Přehled plateb
a objednávek.



Bonusy
a akční nabídky.



Novinky
v podnikání.



makro

VÁŠ ÚSPĚCH JE NÁŠ CÍL



MALFINI

A.S.

MALFINI, a.s.

www.malfini.com

Společnost **MALFINI, a.s.** se sídlem v Ústí nad Labem patří mezi přední evropské dodavatele značkového reklamního textilu a pracovních oděvů. B2B charakter obchodního modelu společensky odpovědné firmy, která působí na trhu přes 20 let, je založený na e-shopu, dostatečných skladových zásobách, rychlé logistice a dokonalých zákaznických službách. Ve víc jak 30 zemích Evropy figuruje MALFINI jako přední hráč v daném sortimentu se značkami Malfini, Malfini Premium a Piccolio, které doplňují pracovní oděvy Rimeck. Nabízí také textilní produkci holandské společnosti Tricorp a bezpečnostní obuv Bata Industrials. Tržby ve výši 1,5 miliard korun jsou výsledkem práce 320 zaměstnanců. Plně automatizovaný sklad v Ostravě disponuje denně více než dvaceti pěti miliony kusů textilu. Dodávky na klíčové trhy okolních států jsou realizovány do 24 hodin. Všechny produkty společnosti MALFINI podléhají přísným zkušebním testům a nesou světově uznávanou pečeť kvality Oeko-Tex Standard 100. V nabídce nechybí ani organic výrobky.



téměř **250** produktů



doručení do **24** hod.



skladem **17 mil.** kusů



ŠIROKÝ VÝBĚR

V našem portfoliu naleznete dohromady téměř 10 000 barevných a velikostních variant produktů.

Čtyři vlastní oděvní značky MALFINI®, MALFINI Premium®, Piccolio® a RIMECK® a dvě partnerské značky Bata Industrials® a TRICORP nabízejí produkty od triček, přes oblečení pro outdoor a sport a doplňky až po pracovní oděvy a obuv.

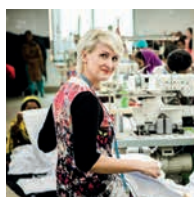


OKAMŽITÁ DOSTUPNOST

Při hodnotě objednávky nad 5 000 Kč bez DPH dopravné i doběřečně ZDARMA.

Objednávat můžete snadno přes náš e-shop www.malfini.com a pak vše rychle zaplatit kartou.

Objednávat můžete již od 1 kusu.



KVALITA & CERTIFIKACE

Všechny produkty prochází dvoufázovou kontrolou kvality. Naše certifikace Oeko-Tex Standard 100 zaručuje výrobu zboží ze zdravotně nezávadných materiálů, certifikace GOTS pak výrobu textilu z organických vláken. Certifikace BSCI a WRAP zajišťují zákonnou, humánní a etickou výrobu.

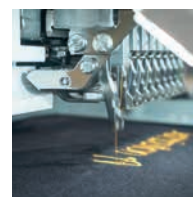


KOMPLETNÍ SERVIS

Pro veškeré dotazy je Vám k dispozici odborně proškolený obchodní tým.

Produkty si můžete prohlédnout osobně v některém z našich 9 showroomů v Evropě.

Získáte širokou marketingovou podporu a propagační materiály zdarma.



DOPLŇKOVÉ SLUŽBY

Nabízíme potisk, výšivku, a další možnosti zhodnocení textilu.

Katalog zakázkové výroby. Na Vaše přání doručíme Vaši objednávku na jakoukoli adresu v ČR.

Produkty můžete do 14 dnů vrátit bez udání důvodu.

Naše značky:



MALFINI



Piccolio

RIMECK

Distribuované značky:



BATA INDUSTRIALS
THE SAFETY SHOE

Naše certifikace:



Certifikace našich dodavatelů:



www.malfini.com

+420 475 240 511

prodej@malfini.com



Spojenec pro méně námahy



Spontex je celosvětově známá značka s historií přesahující 70 let. Počátek výroby prvních viskózních houbiček je datovaný do roku 1932 ve Francii. Od té doby Spontex rozšřoval svůj sortiment a nyní nabízí širokou škálu produktů vysoké kvality určené pro každodenní péči o domácnost, jako jsou mopy, smetáky, houbičky, rukavice a další. Spontex je Váš spojenec pro méně námahy.



NUK – Váš malý zázrak si zaslouží tu nejlepší péči. Proto NUK již více než 60 let pracuje na podpoře zdravého vývoje těch nejmenších a zároveň pomáhá s každodenními starostmi. Inspirovali jsme se přírodou, vědeckými poznatky a samozřejmě skutečnými odborníky, rodiči a dětmi samotnými. **NUK Rozumí životu.**

MARS

Mars Czech s.r.o.

Michelská 1552/58
140 00 Praha 4, Česká republika

Telefon

+420 227 024 500

Spotřebitelské centrum

844 135 135

www.mars.com/czech



Mars Česká republika a Slovensko je součástí společnosti Mars, Incorporated, jedné z největších rodinných společností na světě.

Na česko-slovenském trhu působí společnost Mars od roku 1992.

Společnost Mars je globálně rozdělena do šesti obchodních segmentů:

- čokoládové výrobky
- výrobky pro domácí zvířata
- potraviny
- nápoje
- Symbioscience
- a nově Wrigley

www.pedigree.cz • www.perfectfit.cz • www.whiskas.cz
www.vyzivapsuakocek.cz • www.peceopsa.cz • www.naplntemisky.cz
www.unclebens.cz



The Five Principles
Quality Responsibility Mutuality Efficiency Freedom





MATTONI 1873

SOURCES AND TASTES OF EUROPE

Mattoni 1873

www.kmv.cz

Společnost Mattoni 1873 je největším distributorem nealkoholických nápojů ve střední Evropě. Kořeny skupiny sahají do roku 1873, ke karlovarskému rodákovi Heinrichu Mattonimu. Novodobá historie firmy se začala v 90. letech psát díky výrazným investicím nových majitelů, italské rodiny Pasquale.

V Česku vyrábí Mattoni 1873 tradiční minerální vody Mattoni, Magnesia, Poděbradka, Dobrá voda a Hanácká Kyselka, pramenitou vodu Aquila; dále značky nealkoholických nápojů Pepsi, Mirinda, 7UP, Schweppes, Gatorade, Mountain Dew, a další.

Mattoni 1873 podniká v osmi evropských zemích, kde provozuje 11 výrobních závodů a zaměstnává na 3 350 lidí. Své výrobky vyváží do dalších 19 zemí světa.

Mattoni 1873 usiluje o trvalou udržitelnost svého podnikání. Snižuje spotřebu energie ve výrobě, pečuje o své prameny, ale také kulturní dědictví. Je zakladatelem iniciativy Zálohujme.cz, která podporuje zavedení záloh a lokální recyklaci PET lahví a plechovek.



Zážitek z chuti v nové formě



Mondelēz

International

SNACKING MADE RIGHT

Mondelez Czech Republic s.r.o.
Mondelez Slovakia s.r.o.

www.mondelezinternational.com

Společnosti Mondelez Czech Republic s.r.o. a Mondelez Slovakia s.r.o. jsou součástí skupiny společností Mondelēz International, která je jedním z největších výrobců cukrovinek a pečených produktů na světě. Zaměstnává 80 tisíc lidí a umožňuje spotřebitelům ve více než 150 zemích světa vychutnávat snacky správným způsobem. Mezi její nejznámější globální značky patří čokolády Milka, Cadbury a Toblerone, sušenky Oreo, LU a belVita a bonbóny a žvýkačky Halls a Trident. Do portfolia produktů na českém a slovenském trhu patří celkem 16 značek, jako jsou Opavia Zlaté, BeBe Dobré ráno, Brumík, Fidorka, Figaro, Kolonáda, Miňonky, Tatranky či TUC. Společnost provozuje programy trvale udržitelného pěstování surovin - v případě Iniciativy Harmony jde o pšenici a v případě programu Cocoa Life jde o kakao. Tyto programy jsou součástí snahy společnosti omezit dopady na životní prostředí.

Novinka



Zkuste novinku

nadýchané Bochánky

dvě příchutě





Mobile**SYSTEM**

Adresa společnosti: Purkyňova 125, 612 00 Brno
Kontaktní osoba: Jaroslav Kapoun
Telefon: +420 773 111 501
E-mail: office@monit.cz
Webové stránky: monit.cz

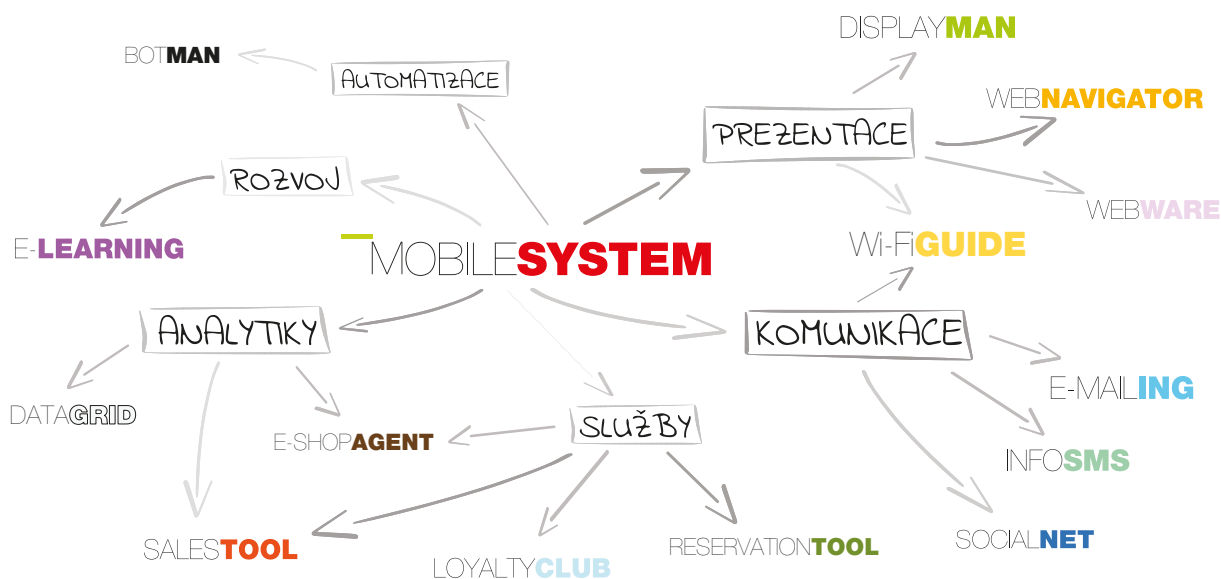


Charakteristika společnosti:

Stěžejní činností, kterou se v monit s.r.o. zabýváme, je automatizace a digitalizace procesů. Studujeme potřeby klientů a šijeme jim na míru digitální pomocníky, které na sebe přebírají značný kus jejich práce. Do každého takového SW vždy vtělíme individuální potřeby klienta a jeho know-how, a to zejména B2B systémy zahrnující vše, co klient potřebuje – pravidla pro chování systému, vnitřní logika a návaznosti vztahující se k provozním pravidlům uvnitř organizace klienta, regulace přístupů podle organizační struktury, napojení na různé datové zdroje a jiné SW klienta, pak také externí služby pro B2C sektor, kde chytré nástroje mohou ušetřit mnoho hodin komunikace s klienty apod. To vše v moderním uživatelském prostředí, se kterým mohou pracovat jak zaměstnanci, tak externí zákazníci. Zároveň je takový systém vždy připraven tak, aby zapadal do grafického stylu a zvyklostí klienta.

Mobile**SYSTEM** – komplexní digitální platforma,

- umožňuje opravdu cílenou a personalizovanou komunikaci na vaše zákazníky
- je s nimi v kontaktu a sleduje jejich zájem a potřeby 24/7/365
- poskytne přehledný a provázaný pohled na zákazníka



Reference:

The Coca-Cola company • Coca-Cola HBC • L'Oréal Professionnel • Matrix • Costa-Coffee • Paul • OBI • Centropen • Volkswagen • Rossmann • Haribo • ŠkoFIN • Nespresso ... a mnoho dalších

MORIS design s.r.o.

www.moris.cz

Vyvíjíme designové a koncepční řešení s vysokou přidanou hodnotou pro zákazníka. Vyrábíme komerční interiéry, prodejní stojany, POS a branding. Zajišťujeme také komplexní stavební práce, kde figurujeme většinou jako Generální dodavatel. Máme vlastní vývojové a designové studio s testovacím prostorem a vlastní výrobou v Praze o rozloze 6.677 m². Naše společnost vznikla v roce 1997, dnes zaměstnáváme bez mála 200 lidí a jsme lídrem v oboru. Výrobky MORISU najdete ve 45 zemích a posbíraly jsme více jak 57 mezinárodních ocenění. Největším úspěchem firmy je, že výsledky naší práce užívají milióny lidí. Firemní motto, kterým se všichni ve společnosti řídí, je „dát klientovi víc, než čekal“.

Reference:

O2, Vodafone, Sportisimo, Super Zoo, Footshop, CK Fisher, Plzeňský Prazdroj, Banka Creditas, TETA drogerie, Traficon, Panasonic, Pod 7 kilo, NaniNails, Patron, Centropol Energy



Jsme výrobci In-store designu a prodejních stojanů.

Jde to lehce:

- Nastavíme fungující strategii
- Vytvoříme kreativní designový návrh
- Nízké ceny přímého výrobce

Realizace největšího rebrandingu v ČR přinesla meziroční nárůst tržeb o 35 %
(síť drogerií Teta)

www.moris.cz

Nárůst tržeb až
35%



Neschen Coating GmbH

www.neschen.com

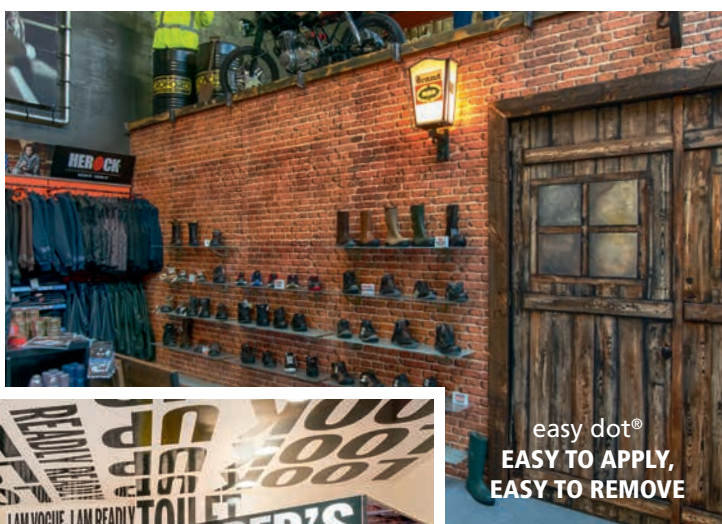
Neschen Coating vyvíjí, vyrábí a na trh uvádí širokou škálu materiálů pro velkoplošný digitální tisk, využitelných zejména v retailu, POP aplikacích, signmakingu, interiérovém designu a architektuře.

V rámci grafické divize Neschen Coating vyrábí kromě potisknutelných médií také ochranné laminace Filmolux a oboustranně lepicí materiály pod legendárním označením Gudy®.

V oblasti velkoplošného digitálního tisku Neschen jako první vyvinul zejména tzv. „easy-to-apply/easy-to-remove“ originální samolepicí fólie NESCHEN EASY DOT a dále také potisknutelné tapety bez obsahu PVC se skutečně 3D strukturou.

Nejnovější v nabídce je Easy Style by Neschen, řada PVC free samolepicích filmů imitujících dekory dřeva a kamene pro použití v interiérovém designu. Tyto materiály se vyznačují vysokou otěruodolností, světlostálostí a haptickými povrchy.

Neschen Coating GmbH je členem průmyslového holdingu Blue Cap AG sídlícího v Mnichově.





Good Food, Good Life

Nestlé Česko s.r.o.

Nestlé je největším výrobcem potravin a nápojů na světě. Podniká ve více než 150 zemích světa, zaměstnává 328 000 zaměstnanců. Posláním Nestlé je zvyšovat kvalitu života a přispívat ke zdravější budoucnosti.

Nestlé nabízí široké portfolio výrobků a služeb pro lidi i jejich domácí mazlíčky. Jedná se o více než 2 000 značek, od globálních ikon jako je Nescafé nebo Nespresso až k místním značkám. Základem podnikání Nestlé je strategie rozvoje výživy, zdraví a vyváženého životního stylu. Společnost byla založena před 150 lety ve švýcarském Vevey, kde dodnes sídlí. V Česku Nestlé vyrábí ve svých závodech ZORA Olomouc a SFINX Holešov cukrovinky pod značkami ORION, Kofila, Margot, BonPari, JOJO a další. Na Slovensku vyrábí v závodě Carpathia Prievidza široký sortiment kulinářských výrobků pod značkami Maggi a Carpathia.

Více na www.nestle.cz.



NielsenIQ je lídrem v oblasti poskytování komplexního a objektivního pohledu na chování spotřebitelů na celém světě. Díky inovativní datové platformě a bohatým analytickým možnostem NielsenIQ umožňuje předním světovým výrobcům a obchodníkům s rychloobrátkovým zbožím činit odvážná a sebevědomá rozhodnutí.

Pomocí ucelených datových sad a díky jednotnému měření transakcí poskytuje NielsenIQ svým klientům predikce chování spotřebitelů, díky kterým mohou optimalizovat výkonnost napříč všemi maloobchodními formáty. Naše otevřená filozofie integrace dat nám umožňuje vytvářet ty nejvlivnější datové sady o spotřebitelích z celého světa. NielsenIQ přináší pravdivý obraz trhu.

Společnost NielsenIQ, která je součástí portfolia mezinárodní společnosti Advent International, působí v téměř 100 zemích, čímž pokrývá více než 90% světové populace. Další informace najdete na www.nielseniq.com.

Jak vám můžeme pomoci **uspět**?

▶▶▶ Měření In-store aktivit a vystavení

NielsenIQ Instore Vision



Spolehlivé měření,
zpracování a dodání



Flexibilní vizualizace a
analýzy dopadů na prodeje

3 klíčové vlastnosti NielsenIQ Instore Vision



Image recognition,
skenování a možnost
samosběru dat



Kontrola kvality v
reálném čase



Online BI reporting a
analýzy

Společnost Nutricia je již od roku 1896 průkopníkem v oblasti nutričních řešení s cílem pomáhat zlepšovat život svých zákazníků a žít ho plnohodnotně každý den. Za filosofií a úspěchem stojí mnohaletý výzkum a inovace. Díky svému portfoliu provázejí výrobky společnosti Nutricia celý cyklus života člověka. Nutricia podporuje zdravý růst a vývoj již během prvních 1000 dní života a nabízí produkty vhodné v některých světových zdravotnických výzvách – pro předčasně narozené děti, potravinové alergie, vzácné metabolické poruchy, chronické nemoci jako je křehkost pacienta, rakovina apod.

Od roku 2007 je společnost Nutricia součástí skupiny Danone a přispívá k naplňování celosvětové vize „One Planet. One Health“. Produkty společnosti Nutricia jsou na českém trhu dostupné již více jak 25 let, reprezentovány značkami Nutrilon, Hami či Nutridrink.

PRVNÍ HNED PO MAMINCE*

Mléko od maminky je pro imunitu to nejlepší. Nutrilon je jediné pokračovací mléko s unikátní směsí oligosacharidů a důležitými živinami přirozeně se vyskytujícími v mateřském mléce**.

Pro podporu imunity a zdravého vývoje vašeho miminka***



ROZUMÍME MATEŘSKÉMU MLÉKU

*Nutrilon - První hned po mamince - Nutrilon je nejprodávanější řada pokračovacích mlék na českém trhu v součtu dat dle Nielsen Czech Republic a IQVIA Solutions a.s., souhrnný objem za období 09/2019-08/2020. **Jediné mezi nejprodávanějšími řadami pokračovacích mlék na českém trhu na základě prodejních dat Nielsen Czech Republic a IQVIA Solutions a.s., souhrnný objem za období 09/2019-08/2020, obsahuje směs prebiotických oligosacharidů GOS/FOS a také 3' GL (3'-galaktosyllaktóza) oligosacharid mateřského mléka. Zdrojem 3' GL je náš unikátní proces. Obsahuje také omega 3 a 6 mastné kyseliny (DHA, ALA, LA, AA) přirozeně se vyskytující v mateřském mléce. Všechna pokračovací mléka obsahují DHA, LA, ALA dle požadavků legislativy. Kojení je nejpřirozenějším způsobem výživy kojenců. Kojenecká výživa by měla být používána na doporučení pediatra. Batolecí a dětské mléko mají být pouze součástí smíšené a vyvážené stravy dítěte. Způsob použití a další informace na obalech. Potravinová pro zvláštní výživu. ***Nutrilon, tak jako všechna pokračovací kojenecká výživa dle požadavků legislativy, obsahuje vitamíny C a D, které přispívají k normální funkci imunitního systému; kyselinu alfa-linolenovou podporující rozvoj mozku a nervové soustavy; vitamín D potřebný pro normální růst a vývin kostí u dětí. 02/2021. BF452972.

Pro velké nároky malých bříšek





Globální mediální agentura roku 2019



KDO JSME

Jsme součástí jedné z největších celosvětových agentur specializovaných na mediální komunikaci. Od svého založení 1.6.1993 se OMD Czech drží na předních pozicích mezi mediálními agenturami v realizovaném obrátu v médiích i v efektivitě jejich nákupu.

CO DĚLÁME

▶ KOMPLEXNÍ STRATEGIE ▶ PROGRAMMATIC & DATA ▶ KREATIVA & CONTENT

Klienty provádíme celým mediálním ekosystémem: od nastavení cílů, přes segmentaci zákazníků až po mediální plán.

Nestačí nám běžné postupy mediálního plánování a nákupu, tudíž si uvědomujeme důležitost práce s daty a jejich zapojení do celého procesu.

Důležité jsou pro nás nápady a práce s obsahem. V této oblasti spoléháme na naše kreativní oddělení FUSE, které vymýšlí i produkuje speciální projekty zaměřené na branded content.

▶ PLÁNOVÁNÍ & NÁKUP MÉDIÍ ▶ ANALYTIKA & INSIGHTY

Díky zkušenostem a dlouholetým vazbám na dodavatele napříč celým mediálním spektrem nabízíme veškerá řešení „pod jednou střechou“ jak v ČR, tak i v zahraničí.

Jsme schopni našim klientům nabízet širokou škálu výzkumných a datových projektů díky využívání výzkumné jednotky OMD Research.



Více informací najdete na stránkách www.ond.cz.

Better decisions, faster.

#2 
Jsme součástí druhé největší sítě agentur dle projekce RECMA 2019

48 
CANNES LIONS
napříč všemi kategoriemi



OMD Czech je nejrychleji rostoucí agentura roku 2019

#1 



Orkla Foods Česko a Slovensko

O SPOLEČNOSTI





Orkla Foods Česko a Slovensko je od roku 2018 součástí mezinárodní skupiny **Orkla** - předního dodavatele značkového spotřebního zboží ve Skandinávii, v Pobaltí, ve střední Evropě a v Indii. V současnosti zaujímá pozici druhého největšího výrobce balených potravin v Česku a čtvrtého na Slovensku. Své produkty vyrábí v celkem **12 závodech** ve třech zemích (v Česku, na Slovensku a v Rusku), obrat integrovaného uskupení přesáhnul v roce 2019 celkem **7,7 mld. korun** a své výrobky vyváží do 40 zemí světa.

ABOUT THE COMPANY

Since 2018 Orkla Foods Česko a Slovensko is a part of **Orkla** - leading supplier of branded consumer goods in Scandinavia, the Baltic, Central Europe and India. It is listed on the Oslo Stock Exchange, where its headquarters are located. The company currently occupies the position of the second largest producer of packaged food producer in the Czech Republic and 4th in Slovakia. Its products are produced **in 12 enterprises** in three countries (in the Czech Republic, Slovakia and Russia), the turnover of the integrated group exceeded **CZK 7,7 billion** in 2019 and exports its products to 40 markets around the world.



Orkla Foods Česko a Slovensko a.s.

-  Kontaktní osoba: Mgr. Šárka Drábková - Shopper and Customer Development Manager
-  Walterovo náměstí 329/3, 158 00 Praha 5 - Jinonice
-  +420 257 198 111
-  vitana@orkla.cz, hame@orkla.cz

www.orkla.cz

Český výrobce kartonových obalů a POS/POP materiálů

www.paketo.one

Vývoji a výrobě kartonových POS/POP materiálů se náš odborný tým věnuje více jak 25 let. Pod obchodní značkou PAKETO.ONE se specializujeme především na podlahové a pultové reklamní stojany a displeje, propagační bannery, totemy a reklamní poutače. Vyrábíme také dárkové, prodejní a reklamní obaly. Naší předností je dlouhodobá péče o zákazníky, neustále inovujeme a zdokonalujeme výrobní procesy, abychom co nejlépe uspokojili potřeby našich zákazníků. Klademe důraz na profesionalitu a kvalitu výrobků. Díky nejmodernějším tiskovým a řezacím technologiím realizujeme i náročné zakázky včetně tisku ve fotografické kvalitě a laminace.



Digitální tisk ve fotografické kvalitě
s možností laminace.



Vyrobeno kompletně v ČR.



Originální design a konstrukce podporující
prodeje, marketing a vnímání značky.



Snadná přeprava, skladovatelnost,
manipulace i instalace.



Velmi široké možnosti použití od klasických
POS displejů přes individualizovaná balení
po výstavní modely.



100% recyklovatelný ekologický produkt.



Perfetti Van Melle Czech Republic, s.r.o.

www.mentos.cz • www.chupachups.cz

Naše společnost Perfetti Van Melle patří od roku 2002 mezi světové lídry na trhu s cukrovinkami. Za tajemstvím našeho úspěchu stojí široké portfolio oblíbených značek žvýkaček a bonbónů Mentos, Chupa Chups a Smint.

Trh cukrovin je tak obohacen o silné, osobité, vyhraněné a snadno zapamatovatelné značky. Všechny naše výrobky spojují klíčové rysy, jimiž jsou unikátní pojetí, přitažlivost pro děti i dospělé, vysoká kvalita a neodolatelná variabilita chutí.

**Těžký den?
Osvěž se!**

mentos[®]



YES TO FRESH



PHILIP MORRIS ČR

Philip Morris ČR a.s.

www.philipmorris.cz

Philip Morris ČR a.s. je společností v rámci skupiny Philip Morris International Inc. a je největším výrobcem a prodejcem tabákových výrobků a rovněž distributorem s omezeným rizikem (tzv. Limited risk distributor) bezdýmných výrobků *HEETS*, zařízení *IQOS* a s ním souvisejícího příslušenství v České republice. Philip Morris ČR a.s. je kótována na Burze cenných papírů Praha. Společnost, která zde působí již od roku 1992, zaměstnává více než 1000 lidí napříč Českou republikou a vlastní 99% obchodní podíl v dceřiné společnosti Philip Morris Slovakia s.r.o., registrované ve Slovenské republice. Philip Morris ČR a.s. je opakovaně oceňována Ministerstvem financí a Generálním finančním ředitelstvím jako jeden z dvaceti nejvýznamnějších plátců daně z příjmů právnických osob. Společnost více než 28 let přispívá na pomoc různým charitativním projektům, včetně projektů zahrnujících podporu sociálních programů zaměřených na zlepšení životní podmínky v místních komunitách.

PHILIPS

Philips Česká republika s.r.o.

Rohanské nábřeží 678/23, Karlín, 186 00 Praha 8

Kontaktní osoba: Tomáš Besperát • tel.: +420 773 772 653 • e-mail: tomas.besperat@philips.com

www.philips.cz

Philips Česká republika s.r.o. je českou pobočkou nadnárodní společnosti Royal Philips sídlící v Nizozemsku.

Jsme diverzifikovanou technologickou společností, jejímž cílem je zlepšovat životy lidí prostřednictvím smysluplných inovací. Klademe si za cíl přinášet nové technologie a spotřebitelské výrobky, které lidem na celém světě umožní zažít skutečnou změnu.

Věříme, že nejlepší cesta k tomuto cíli vede přes důkladné porozumění potřebám a přáním našich zákazníků. Spojením těchto dvou prvků - člověka a inovací - vytváříme příští generaci technologií a produktů, které lidé skutečně chtějí a potřebují.

Smysluplné inovace, které lidem pomáhají ke zdraví a lepšímu radostnému životu, jsou tím, co nás odlišuje a díky čemuž jsme Philips.

innovation  you



PIVOVARY

STAROPRAMEN

A Molson Coors Beverage Company



KONCEPTOVÁ HOSPODA PILSNER URQUELL „PILSNERKA“



REGÁLOVÉ ČELO BIRELL

PLZEŇSKÝ PRAZDROJ, A.S.

Kontaktní osoba: **Karel Kraus**

Adresa společnosti: **Plzeň, U Prazdroje 7, PSČ 30497**

Telefon: **+420 377 061 111**

E-mail: **info@prazdroj.cz**

Webové stránky: **www.prazdroj.cz**

Charakteristika společnosti:

Plzeňský Prazdroj založili a postavili společnými silami právováreční měšťané města Plzně v roce 1842. V tehdejší Měšťanském pivovaru Plzni byla uvařena první várka spodně kvašeného ležáku, který následně dobyl celý svět pod jménem Pilsner Urquell, a který dal název celému jednomu druhu piv – Pils. Plzeňský Prazdroj je významným výrobcem a exportérem českého piva, které vaří ve čtyřech pivovarech, v Plzeňském Prazdroji a Gambrinusu v Plzni, v Radegastu v Nošovicích a pivovaru Velké Popovice ve středních Čechách. Plzeňský Prazdroj vyváží pivo do více než padesáti zemí po celém světě. Společnost patří pod jednotku ABEL (Asahi Breweries Europe Ltd), která vznikla po akvizici pěti středoevropských pivovarů japonskou pivovarnickou společností ASAHI.



POUZE PRO STARŠÍ 18 LET
www.napivosrozumem.cz



Plzeňský Prazdroj

POS Media Czech Republic

www.posmedia.cz

POS Media Czech Republic více než 20 let nabízí širokou škálu produktů a služeb v oblasti reklamy v místě prodeje maloobchodních řetězců a obchodních center. Součástí portfolia společnosti jsou POS nosiče, eventy a kreativní koncepty. Promo a Merchandising a odborné poradenství zajišťuje agentura **empea CZ**.

Od roku 2014 do skupiny POS Media Group patří také společnost **POS Digital**, která zajišťuje komplexní digitální řešení v retailu, obchodních centrech či jiných sférách zákaznické komunikace a umožňuje klientům, za pomoci softwaru pro správu obsahu, ovládnání více nosičů z jednoho rozhraní. POS Media ve spojení se společností **Omni Marketing Global** dnes poskytuje služby více než 250 obchodním řetězcům a deseti tisícům klientů ve 23 zemích světa.



POMÁHÁME KOMUNIKOVAT PŘÍBĚH ZNAČEK V IN-STORU

Promotion

POS / POP nosiče

Merchandising

Event Management

Digitální technologie



REAL FEEL

Real Feel by ppm factum a.s.

www.realfeel.cz

www.ppmfactum.cz

REAL FEEL je marketingový start-up pod křídly ppm factum, a. s., odborníka na retail. Díky dlouholetým zkušenostem ppm factum a schopnostem odborníků Real Feel na marketingovou omnichannel komunikaci, kreativitu a online marketing jsme získali kombinaci, která vystřelí vysoko vaši kampaň, ale ne její rozpočet. Na nakupování se díváme jako na randění. Přinášíme tak řešení, díky kterým můžete pozvat své zákazníky na perfektní rande.

**Jsme marketingová
agentura nové doby.
Seznamte se.**

ppm *
POWERED BY factum

REAL FEEL

REALFEEL.CZ

PRESCO GROUP, a.s.

www.presco.cz

Společnost PRESCO GROUP, a.s. vznikla již v roce 1995 jako ryze česká společnost. V současné době ji můžeme dělit na dvě samostatné divize, kterými jsou divize advertising a divize publishing. Tyto dvě divize zároveň určují i hlavní obory podnikání společnosti, kterými jsou vydavatelská činnost a reklamní činnost.

Divize advertising:

Tato divize se zabývá převážně výrobou reklamních předmětů a dárkových předmětů s reklamním potiskem. Ke klientům této divize patří letecká společnost Austrian Airlines, Česko-Slovenský ples, v bankovním sektoru jsou jejími klienty Komerční banka a Československá obchodní banka, dále společnost Go parking a mnoho dalších.

Divize publishing:

Hlavní činností této divize je vývoj a výroba datového zboží (kalendáře a diáře), papírenského sortimentu, dárkového sortimentu. V roce 2016 uvedla na trh novou obchodní značku dětských knih Ella & Max a následující rok Baagl zaměřený na školní sortiment.

BUĎTE SVÝM KLIENTŮM BLÍŽ 365 DNŮ V ROCE

Vytvořte si s námi zcela unikátní diář, který bude přesně odpovídat individuálním požadavkům, firemním barvám, design manuálu, značce a výrobkům. Vyberte si z nejšířší a nejoriginálnější nabídky diářů na českém trhu.

DALŠÍ MOŽNOSTI

- Typ a barva povrchu
- Další vložené listy
- Kulaté rohy
- Hmatníky – výseky
- Papírové kapsy
- Krabička – od luxusní po jednoduché řešení

Reklamní
předsádka

Ražba loga
na desky



Vlepení
reklamních
listů

Barevná
gumička

Samolepicí
poutko
na tužku

Tisk loga
na desky

Kování
rohů

VÝROBA RETAILOVÉ REKLAMY A ZAŘÍZENÍ



PRACUJEME
PRO ÚSPĚŠNÉ

RETAILOVÁ REKLAMA LIGHTBOXY |
3D NÁPISY | REKLAMNÍ TOTEMY |
VSTUPNÍ PORTÁLY | ORIENTAČNÍ
SYSTÉMY | REKLAMNÍ POLEPY |
PODLAHOVÁ GRAFIKA | KARTONÁŽ |
RYCHLÉ POLEPOVÉ AKCE | TISKOVINY |
FASÁDNÍ OBKLADY

RETAILOVÉ ZAŘÍZENÍ REGÁLY |
DRÁŽKOVÉ PANELE | PULTY | VITRÍNY
PYRAMIDY | VÝSTAVNÍ STÁNKY |
VÝKLADOVÉ STOJANY | SKLADOVÉ
REGÁLY | NEBO I KANCELÁŘSKÉ A
HOTELOVÉ NÁBYTKY

NO PŘEKVAPTE NÁS NĚČÍM
NOVÝM...

SMART LED DISPLEJE

www.ravafol.cz
+420 702 132 890

ONLINE AKTIVNÍ LED REKLAMA
LED TOTEMY | MULTIMEDIÁLNÍ
VÝKLADY | REKLAMNÍ PRŮČELÍ |
AKTIVNÍ LOGA REKLAMY | MEDIÁLNÍ
FASÁDY | IMIDŽOVÉ VSTUPNÍ BRÁNY
NEBO PORTÁLY | AKTIVNÍ DEKORAČNÍ
DOPLŇKY

MÁTE NÁPAD? STAČÍ ŘÍCT ...



Red Bull

Red Bull Česká republika, s.r.o.

www.redbull.com

Pro někoho byla středa 1. dubna 1987 docela obyčejný den. Pro společnost Red Bull den, kdy se narodila. Právě na apríla roku 1987 se totiž v Rakousku prodala první plechovka nového energetického nápoje. Otcem a zakladatelem značky je Dietrich Mateschitz, jenž na své cestě do Thajska ochutnal tamní nápoj Krating Daeng, jehož jméno v překladu znamená „Rudý býk“. Domluvil se s majitelem unikátního receptu Čaleem Júvitjou a založili spolu firmu Red Bull. Zatímco na začátku byla modro-stříbrná plechovka k dostání jen v Rakousku, dnes ji seženete ve 171 zemích světa. Stejně jako se každým dnem posouvá kupředu celý svět, ani Red Bull nezůstává pozadu. Kromě upevňování své pozice jako lídra v oblasti energy drinků se společnost rozhodla vstoupit i do dalšího segmentu a od loňského roku nabízí ochucené BIO limonády z řady ORGANICS by Red Bull. Ty sice nemají energetickou složku, ale výborně se hodí k příjemnému letnímu osvěžení nebo posezení s přáteli. I nadále Red Bull dává křídla lidem a jejich nápadům.

**KŘÍÍDLA PRO
KAŽDOU CHUŤ.**





REPRESS[®]

na repress.eu najdete všechny naše e-shopy.

REPRESS.eu
 GUARDed.eu
 obchodRAZITEK.cz
 obchodPECIATOK.sk
 sklepPIECZATEK.pl
 COPY-COLOR.cz
 MARYSA.eu



REPRESS.cz

▶ REPRESS nabízí kompletní reklamní a polygrafické služby v té nejvyšší kvalitě.



COPY-COLOR.CZ

Copy Color HLEDÁŠ ORIGINALNÍ DÁREK?
 VŠE DLE TVÝCH PŘEDSTAV!



GUARDed.eu



HOLOGRAFICKÁ
 RELIÉFNÍ PEČEŤ



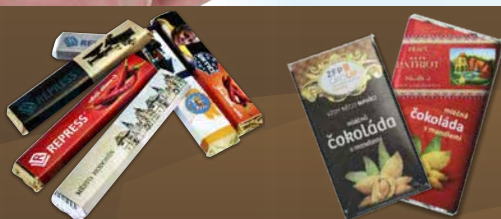
obchodRAZITEK.cz



POTŘEBUJETE
 RAZÍTKO?



MARYSA.cz



Privátní čokoláda

- vlastní - privátní přebal
- možnost speciální chilli příchutě a dalších
- různé velikosti a gramáže



RETAIL OF THE FUTURE

Ostatní reference naleznete
na www.retail-future.cz



www.lexus.cz

TVOŘÍME INTERIÉRY

ZKUŠENOSTI Z RETAILU, DESIGNU,
ARCHITEKTURY I ZAHRANIČÍ



@ rexy@rexy.cz
www.rexy.cz

Jsme kreativní retailová agentura. Zajišťujeme návrh a kompletní dodávku komerčních interiérů, včetně projektové dokumentace, až po dodávku nábytku, stavby, technologií i digitálního vybavení.

Jsme architekti a projektoví manažeři zároveň, tedy o projekt se dokážeme postarat od A do Z v jedné osobě a díky znalosti všech projektových fází poskytujeme skutečný full-servis. Zároveň tím šetříme váš čas i finanční prostředky a vedení projektu je efektivní, profesionální a spolehlivé.

Jsme specialisté na retail, známe prostředí obchodních center i potřeby obchodních řetězců a značek. Na projektech pracujeme s naší sesterskou společností DEX, která navrhne a dodá kompletní vybavení pro digitální komunikaci na míru, a společností FUTURE STORE, která vyvíjí software pro interaktivní komunikaci a individuální smart řešení. Stavební práce i celou dodávku stavby interiéru na klíč řešíme s naší sesterskou společností STAVEX.

Vyhráli jsme prestižní ocenění Popai Awards 2020 v sekci Digitální komunikace a Cenu za digitální transformaci 2019 pod patronací Microsoft & Daquas v projektu Ocenění českých podnikatelek.

REFERENCE:



ARMANI

SAMSUNG

VICHY
LABORATOIRES

L'ORÉAL

GROHE

DOUGLAS

sisley

LANCÔME

Dior

Kiehl's
SINCE 1851

BENU
LEKÁRNA

Tvoříme interiéry!

REXY



Stavíme interiéry!

STAVEX



RETAIL SPECIALISTI
DOKONALÉ PROPOJENÍ! DOKONALÝ VÝSLEDEK!

Dodáváme digitál!

DEX



Vyvíjíme software!

**FUTURE
STORE**



www.rexy.cz

www.digixperience.cz

www.stavex.eu

www.futurestore.cz



SVETELNÁ REKLAMA & INSTORE SOLUTIONS

Ross s. r. o.

www.ross.sk * www.ross.eu

Naším zákazníkom ponúkame **komplexné služby** v oblasti návrhu dizajnu, technického riešenia, výroby a servisu produktov **širokého portfólia**, ktorými pomáhame plniť ich **marketingové a obchodné ciele**.

Robíme všetko preto, aby Vás, Vaše produkty bolo vidno!

Špičkovými technológiami pre spracovanie kvalitných a certifikovaných materiálov (kovy, plasty, drevo, konštrukčné dosky, farby) a skúsenosťami z využitia rôznych typov svetelných zdrojov ponúkame **efektívne riešenia** s vyváženým pomerom **kvalita – funkčnosť - cena**.

DIZAJN  TECH. RIEŠENIE  VÝVOJ  PRODUKCIA  MONTÁŽ  SERVIS 



KOMPLEXNÁ PONUKA PRODUKTOV A SLUŽIEB

...A BUDE VÁS VIDNO!

KOMPLEXNÉ IN-STORE RIEŠENIA
PREDAJNE NA KLÚČ
SVETELNÁ REKLAMA
DIGITAL SIGNAGE
KIOSKY
DISPLEJE A PREZENTÉRY
REKLAMNÉ STOJANY
REKLAMNÉ ZÁSOBNÍKY
TOTEMY, PYLÓNY
A-STOJANY, MENU BOXY
MARKÍZY, TERASY



ZAKÁZKOVÁ ŘEŠENÍ na míru vašim produktům

Navrhujeme
a vyrábíme
reklamní stojany
v atraktivním designu.

POMŮŽEME PRODÁT!

Standardní nabídku POS produktů naleznete
v našem e-shopu na eshop.sara.cz.



POS MATERIÁLY



POS INTERIÉRY



DIGITAL SOLUTIONS



OCHRANA ZDRAVÍ

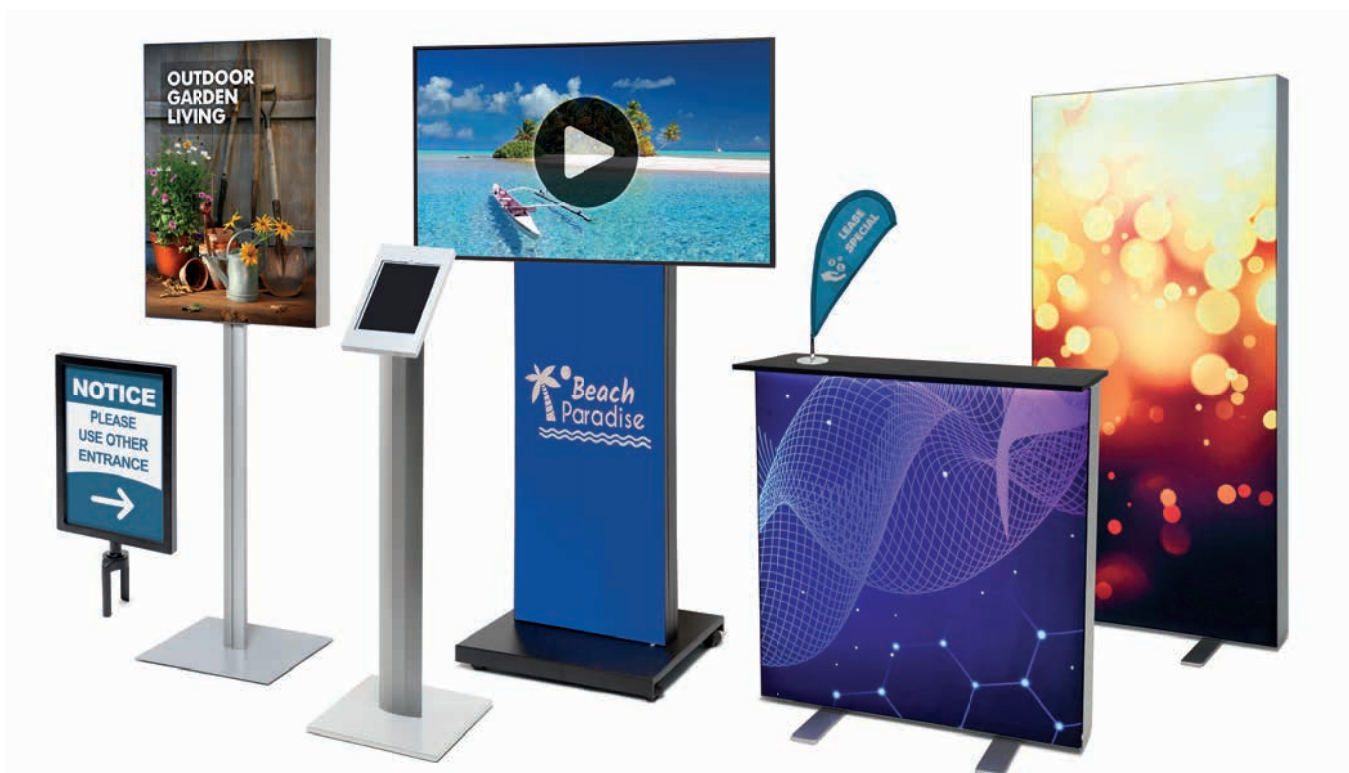
Showdown Displays Europe vznikl v roce 2020 spojením firem Promic a Jansen Display. Společně se sesterskou společností Showdown Displays v USA jsme celosvětovým lídrem v oblasti prezentačních systémů, a pro vás silnějším partnerem.

Chceme na trh dodávat výrobky v nejvyšší kvalitě, s exkluzivním zákaznickým servisem a přitom za rozumnou cenu. S cílem pomáhat vám a vašim zákazníkům růst. Společně přinášíme ty nejlepší služby.

VÁŠ PARTNER PRO PREZENTAČNÍ SYSTÉMY I TISK

Showdown Displays Europe je vaším partnerem pro výrobu a dodání prezentačních systémů, reklamních poutačů a POS materiálů. Kromě toho nabízíme také široké spektrum tiskových služeb.

S nabídkou vysoce kvalitních poutačů včetně tisku to máte jednodušší. Máme pro vás komplexní řešení a pomůžeme vám a vašemu podnikání růst.





Sprint Trading s.r.o

www.sprint-trading.eu

Již více než 22 let poskytujeme vysoce profesionální služby náročným zákazníkům. Díky investicím do vlastního výrobního a vývojového centra můžeme nabídnout kompletní servis pod jednou střešou - od návrhu designu, přes vývoj konstrukce, 3D vizualizaci, maketu, až po výrobu, kompletaci a logistiku.

- kartonové POP/POS prostředky - prodejní displeje, paletové ostrovy, paletové ohrádky a omotávky, násypné koše, totemy, stojky, stojánky, barkety, parazitní displeje, stoppery, wobler, obalová řešení, atd.
- ofsetový i digitální tisk, laminace, kašírování, výsek, lepení, tvarový ořez, vakuové tvarování, atd.
- 3D reklamní předměty na míru - obrovská škála propagačních předmětů (dárky pro věrnostní kampaně, příbaly, luxusní dárky klientům, atd.)

Jako přímý výrobce poskytujeme profesionální servis, inovaci, přímou komunikaci, kvalitu a konkurenční ceny. Díky schopnosti inovace a kreativitě našich zaměstnanců jsme získali mnohá prestižní ocenění.



VÁŠ SPOLEHLIVÝ VÝROBCE

PROFESIONÁLNÍ SERVIS | PŘÍMÁ KOMUNIKACE | KONKURENČNÍ CENY



DESIGN

KONSTRUKCE

3D VIZUALIZACE

MAKETA

VÝROBA

LOGISTIKA



TAILOR MADE
A 3D REKLAMA



TEXTILNÍ
VÝROBA



KARTONÁŽ
POP/POS



VELKOPLOŠNÝ
A MALOPLOŠNÝ
TISK



VAKUOVÉ
TVÁŘENÍ

www.sprint-trading.eu



SRP, s.r.o.

www.srp-reklama.cz

Poskytujeme svým klientům služby velkoformátového a malonákladového digitálního tisku a umožňujeme jim tak využívat k propagaci jejich produktů dokonale ostré a profesionálně zpracované tisky a rozličné tiskové produkty.

Realizujeme nápady svých klientů a přetváříme je v bannery, tabule, prosvětlené textilní boxy, reklamní stojany, textilní obrazy, samolepky, kompletní veletržní expozice a mnoho dalších tiskových produktů. Svým klientům se snažíme pomoci s každým jejich přáním a chceme rozvíjet a realizovat jejich myšlenky, abychom společně vytvořili tiskoviny, které nás naplní hrdostí, když se na ně podíváme. Nestydíme se říci, že do práce dáváme celé naše srdce.

Opravdu
velký

přenosný
světelný display

Wow!



Jasně světlo v celé ploše,
zářivé barvy.

produkce1@srp-reklama.cz
tel.: 736 624 830

STI GROUP

STI Česko s.r.o.

www.sti-group.com

STI Group působí na trhu již od roku 1879, disponuje celkem 8 výrobními závody v různých evropských zemích. K jejím zákazníkům patří přibližně polovina největších evropských výrobců spotřebního zboží (FMCG) a vedoucí zástupci prodejců a výrobců průmyslového zboží. V České republice se firma STI Česko ve svém výrobním závodě v Rumburku zabývá především výrobou displejů a promočních obalů z kartonu a lepenky. Disponuje velkoformátovým offsetovým tiskovým strojem, kašírkou i několika výsekovými stroji. Firma je také vybavena několika lepicími stroji, může tedy nabídnout lepení stojanů i krabiček. V rámci svého servisu zajišťuje také kompletaci a dopravu k zákazníkům.





PLZEŇ - BOŽKOV

STOCK Plzeň-Božkov s.r.o.

Společnost STOCK Plzeň-Božkov je jedničkou na českém trhu, kde již déle než 85 let vyrábí nejjemnější tradiční lihoviny a hořké likéry. Klíčovými značkami jsou Božkov, Fernet Stock a Amundsen. STOCK Plzeň-Božkov s.r.o. zároveň distribuuje značky společnosti DIAGEO. Mezi hlavní značky pro český trh patří Captain Morgan, Johnnie Walker a Baileys.

Od ledna 2018 se stala společnost STOCK Plzeň-Božkov jediným distributorem 22 prémiových značek spadajících pod Beam Suntory, jako například bourbonů Jim Beam a Maker's Mark, koňaku Courvoisier či skotské single malt whisky Laphroaig.

V roce 2019 společnost STOCK Plzeň-Božkov oznámila akvizici společnosti Bartida, a doplnila tak svoje portfolio o další prémiové značky lihovin, jako například Legendario.

www.stock.cz





storemedia

SENSORY MARKETING

**Svámi službami máme vliv na chování vašich zákazníků
a vytváříme na místech prodeje požadovanou atmosféru.**

**Vůní, hudbou a vizuální prezentací udržíme návštěvníky
na prodejním místě déle.**

**Pomocí smyslového marketingu měníme náhodných
návštěvníků na loajální zákazníky.**

In-Store Rádio

Vytváříme hudební kulisu na míru vašich potřeb a přání.



Aróma marketing

Pomocí úžasné vůně probudíme u vašich klientů nejlepší emoce.



STORE MEDIA
specialista na služby
v oblasti smyslového
marketingu na místě
prodeje

In-Store TV

Digitálním obsahem na obrazovkách informujeme a zabavíme vaše klienty.



In-Store reklama

Reklama přímo v obchodě spustí nákupní rozhodnutí vašich zákazníků.



2002

Založení firmy

5000

Nainstalovaných
a obsluhovaných
technologií s našimi
službami

**Vlastné
technologie**

(Software, Hardware)
Umožňují individuální
přizpůsobení potřebám
každého klienta

SK, CZ, AT

Místo působení

STORE MEDIA CZ s.r.o.

Kryštofova 101/7 Háje 149 00 Praha 4

+420 734 826 694 storemedia@storemedia.eu

www.storemedia.eu

THIMM Obaly, k.s.

www.thimm.cz

Zkušený výrobce digitálně potištěných obalů a POS řešení z vlnité lepenky.

Skupina THIMM je vedoucím poskytovatelem obalových řešení a partnerem pro distribuci zboží. Rodinný podnik založený v roce 1949 zaměstnává více než 3.500 zaměstnanců ve 22 závodech v Německu, Česku, Rumunsku, Polsku, Francii a Mexiku. K okruhu jejich zákazníků patří známé koncerny vyrábějící značkové zboží napříč všemi obory.

Závod THIMM ve Všetatech se specializuje na výrobu obalů a POS řešení z vlnité lepenky s digitálním potiskem a laserovým výsekem a to včetně copackingu hotových produktů. Displeje, poutače, SRP obaly, promoční či dárkové obaly s individualizovaným potiskem nebo výsekem, s možností personalizace nebo s prolínkem pro zvýšení zážitku z nakupování.

Digitálně potištěné obaly a POS prezentace s motivy vyřezanými laserem zvýší prodej Vašich výrobků.

#digitalní tisk #laserový výsek #obaly #vlnitá lepenka
#POS #Personalizace #individualizace #THIMM



Sledujte nás na:



www.thimm.cz



UGO! Media je společnost zaměřená na inovaci a vývoj digitálních zobrazovacích technologií v té nejvyšší kvalitě.

Naše portfolio zahrnuje nejvhodnější projekční fólie pro zadní i přední projekci. Vyvíjíme vlastní produktové řady projekčních ploch. Máme k dispozici optické technologie, v našich produktových řadách si vyberete hologramy, dotykové displeje, inteligentní folie, inteligentní zrcadla a mnoho jiných technologií.

Stále nás baví nové technologie, neustále proto hledáme nová řešení, vyvíjíme vlastní technologické novinky. A hlavně věříme, že to co děláme, je důležité pro současnost, ale i budoucnost.



PREMIUM VISUAL SYSTEMS INTEGRATORS

PROJEKČNÍ PLOCHY | PROJEKČNÍ FÓLIE | INTELIGENTNÍ SKLO | DOTYKOVÉ TECHNOLOGIE | LCD MONITORY

PROJEKTORY | DIGITAL SIGNAGE | 3D SOLUTIONS | MAGIC MIRROR | TRANSPARENT SHOWCASE



umdasch

THE STORE MAKERS

umdasch Story Design a.s.

www.umdasch.com/cz/

umdasch STORY DESIGN patří mezi největší a nejprogressivnější české firmy v oboru návrhů, vývoje, výroby a instalace produktů na podporu prodeje a kompletního interiérového vybavení, včetně stavební činnosti.

VIRTUÁLNÍ REALITA VE VAŠICH SLUŽBÁCH

VIRTUPLEX, NEJVĚTŠÍ VR PROSTOR V EVROPĚ A UMDASCH STORY DESIGN, PŘEDNÍ VÝROBCE ATYPICKÝCH KOMERČNÍCH INTERIÉRŮ A PRODUKTŮ NA PODPORU PRODEJE, PŘEDSTAVUJÍ REVOLUČNÍ ZPŮSOB NAVRHOVÁNÍ KOMERČNÍCH PROSTOR A Pobočkové či obchodní sítě - bez nutnosti stavby jediné přičky či výroby jediné kusy nábytku.

NAVRHOVÁNÍM VE VIRTUÁLNÍ REALITĚ UŠETŘÍTE:

- ČAS
- PENÍZE
- ELIMINACE CHYB

VÁŠ NOVÝ PROSTOR V 5 KROCÍCH

- 1 Návrh designu prodejny ve virtuální realitě od umdasch Story Design
- 2 Reálná procházka návrhem prostoru ve Virtuplexu
- 3 Zapracování klientských komentářů
- 4 Komplexní otestování návrhu na zákaznících ve virtuální realitě
- 5 Finální úpravy a odevzdání do realizace



Napište si o nezávaznou nabídku spolupráce: info@virtuplex.cz

umdasch
THE STORE MAKERS
www.story-design.cz

upba

up brand activation, s. r. o.

www.upba.cz

Spojujeme osvědčené prvky tradiční podpory prodeje s prvky digitální aktivace značek tak, aby vaše prodeje jednoduše vyletěly up! Umíme vašim spotřebitelům nabídnout jednotnou zákaznickou zkušenost, která zcela plynule přechází z fyzického světa do toho, jenž se odehrává online. Nabízíme kompletní servis jak v oblasti brandbuildingu, strategic planningu, copywritingu a grafického designu, tak i realizačního zajištění field marketingových, eventových a digitálních aktivit či soutěží. Pracujeme pro řadu českých a nadnárodních společností, jako jsou Coca-Cola, Unilever, McDonalds, Vodafone, Philip Morris nebo Škoda auto.

upba

We bring brands to life!

We help you create brand world
your consumers can step into.

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



OUR PURPOSE IS CLEAR

Making people healthier and happier with great-tasting,
healthy and natural plant-based products which are
good for our planet

Upfield ČR, spol. s r. o.
Upfield Slovensko, spol. s r. o.
www.upfield.com



ProActiv
Immune

ProActiv



Violife
100% Vegan



Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

<http://www.utb.cz/fmk>

Fakulta multimediálních komunikací připravuje studenty na uplatnění v mnoha oblastech, a to zejména tím, že propojuje teorii oboru s praktickými zkušenostmi a konkrétními dovednostmi. Vysoce oceňovaným přínosem je zapojení studentů v rámci Komunikační agentury. Na konkrétních projektech pracují společně studenti oboru Marketingové komunikace a studenti výtvarných oborů. Toto propojení je velmi přínosné, studenti pochopí specifika obou směrů, naučí se vzájemnému respektu a spolupráci. Příprava a realizace konkrétních projektů učí studenty projektovému řízení, plánování, time managementu, chápání finančních nároku projektu, vyhodnocení efektivity a poskytování zpětné vazby. Propojení studentů a reálné projekty z praxe jsou benefitem, který oceňují absolventi fakulty i zaměstnavatele. Atraktivita projektů Komunikační agentury je důležitým motivačním prvkem pro uchazeče o studium na FMK.

Studenti Fakulty multimediálních komunikací se také zapojují do národních a mezinárodních soutěží v oblasti designu, animované a audiovizuální tvorby, reklamy, podpory prodeje a dalších oblastí. Jejich přístup a dosažené výsledky jsou vizitkou vysoké odbornosti, znalosti i moderního vzdělávacího přístupu, který FMK studentům trvale poskytuje.





WELLEN RETAIL EXPERIENCE

WELLEN RETAIL EXPERIENCE

www.wellen.cz

Jsme mezinárodní retailová komunikační agentura s pobočkami v Praze, Torontu a Varšavě. Vytváříme komplexní in-store řešení s cílem, aby si zákazník odnesl ze setkání se značkou silný pozitivní zážitek, a to v jakémkoliv prodejním kanálu. Nabízíme celkový servis od strategie a designu prodejen, přes kreativní a digitální řešení, až po in-house výrobu a finální instalaci.



WELLEN
RETAIL
EXPERIENCE

YASHICA

REKLAMNÍ AGENTURA

YASHICA s.r.o.

www.yashica.cz

YASHICA má mezi reklamními agenturami nejvíce poboček v ČR a její síla je tedy skutečně znát i "za Prahou". Sedm divizí pokrývá kompletní 360° marketingový servis. Tým agentury vyvíjí řešení, která jsou založena na dobrém poznání chování spotřebitele. Silné kreativní, eventové oddělení a kvalitní produkční zázemí, výroba POP a POS materiálů, online, polepy vozů, vlastní plnobarevný potisk reklamních předmětů, balící a logistické centrum - to vše je klientům k dispozici v duchu jejich mota - "Osobně".

YASHICA

REKLAMNÍ AGENTURA



OSOBNĚ, JIŽ 25 LET

VÝHODY ČLENSTVÍ V POPAI CE

Celoroční prezentace členských společností zdarma

- v prezentačních materiálech a brožurách POPAI,
- v rámci všech akcí POPAI CE i na partnerských akcích,
- na webu www.popai.cz v sekci Členové v české i anglické verzi,
- na webu www.popai.cz v samostatné sekci „Aktuality“,
- na LinkedInu (profil POPAI CE),
- v pravidelných měsíčních newsletterech „POP AI Impulse“.

Networking

POP AI CE nabízí komunikační platformu, výměnu zkušeností a kooperaci v podobě celoročních setkání členů asociace, která jsou spojená s odborným programem.

Pravidelný informační servis pro členy

Celoroční monitoring a přednostní získání oborových informací a materiálů z retailu a in-store marketingu: průzkumy, sborníky, reporty, odborné publikace.

Kalendář akcí oboru marketing at retail: monitoring odborných akcí v ČR a v zahraničí včetně kontaktů na pořadatele.

Kontinuální odborný program pro rozšíření znalostí v oblasti retailu a marketingové komunikace

Účast zdarma pro stanovený počet zástupců z každé členské společnosti dle pravidel účasti na všech akcích celoročního odborného programu:

- vzdělávací program Univerzita POPAI (semináře, certifikované kurzy),
- konference POPAI FÓRUM,
- galavečer POPAI DAY,
- networking party POPAI CE,
- POPAI Inkubátor.

Možnost aktivně se zapojit do tvorby programů specializovaných sekcí POPAI CE, které se zaměřují na projekty pro konkrétní členské kategorie.

Zvýhodněná účast v soutěži POPAI AWARDS – členům POPAI CE je poskytnuta 50% sleva ze soutěžního poplatku.

Zvýhodněná účast v mezinárodních soutěžích Shop! GLOBAL AWARDS a POPAI AWARDS Paris.

Spolupráce se zástupci a studenty středních a vysokých škol se specializací na marketingovou podlinkovou komunikaci

Členové POPAI CE se mohou přednostně stát partnery soutěže POPAI STUDENT AWARD, ve které studenti vytvářejí návrhy POP materiálů a in-store komunikačních kampaní dle konkrétních partnerských briefů.

Zlepšení strategie prostřednictvím výzkumů

Účast v průzkumových projektech POPAI CE a přednostní získání informací a vybraných výstupů:

- výzkumů v oblasti měření efektivity POP, analýz spotřebitelského chování v in-store a vlivu na nákupní rozhodování,
- výzkumu Shopper Engagement Study,
- výzkumů se zadavateli reklamy a zástupci maloobchodu o postojích k in-store komunikaci a o využitelnosti in-store prostředků v řetězcích,
- monitoringu investic do in-store marketingových nástrojů a 3D reklamy,
- POP sémiotického průvodce,
- výzkumu HORECA POP zaměřeného na POP komunikaci v HORECA destinacích,
- výzkumu, který analyzuje současný trh s dárkovými a propagačními předměty,
- výzkumu zaměřeného na oblast digitální komunikace atd.

Být součástí silné oborové asociace, jejíž členové jsou uznáváni jako seriózní a důvěryhodní profesionálové, kteří reprezentují standard kvality oboru.

Definice správných morálních zásad a etického chování všech členů v rámci oboru komunikace v in-store na základě Etického kodexu POPAI CENTRAL EUROPE.

Být součástí rozsáhlé globální sítě a čerpat znalosti prostřednictvím centrály a zahraničních poboček

Možnost čerpání benefitů, které nabízí americká centrála Shop!: bezplatný, nebo zvýhodněný odběr odborných publikací, newsletterů, účast ve vzdělávacích programech, participace na výzkumech.

BENEFITS OF POPAI CE MEMBERSHIP

Yearlong presentation of the member companies free of charge

- In the POPAI presentation materials and brochures,
- During all POPAI CE events and at partner events,
- On the www.popai.cz website in the Members section both in the Czech and English versions,
- On the www.popai.cz website in the separate "News" section,
- On POPAI Ce profile on LinkedIn,
- In the regular "POP AI Impulse" monthly newsletters.

Networking

POP AI CE offers a communication platform, the possibility of an exchange of experience and cooperation in the form of all-year round meetings of the Association members, connected with an industry-related programme.

Regular information service for members

Yearlong monitoring and being among the first to obtain industry-related information and materials from retail and in-store marketing: surveys, conference proceedings, reports, specialist publications.

Marketing at Retail Events Calendar: monitoring of industry-related events in the Czech Republic and abroad including the contact details of the organisers.

Continuous specialist programme for broadening knowledge in retail and marketing communication

Free of charge participation for the set number of representatives from each member company in all of the events of the yearlong industry-related programme in accordance with the participation rules:

- Educational programme of POPAI University (seminars, certified courses),
- POPAI FORUM Conference,
- POPAI DAY Gala Evening,
- POPAI CE Networking Party,
- POPAI Incubator.

Possibility of active involvement in the creation of programmes of the specialised POPAI CE sections, focusing on projects for specific member categories.

Preferential treatment for participation in the POPAI AWARDS competition – POPAI CE members will receive a 50% discount on the competition fee. Preferential treatment for participation in the international competitions - Shop! GLOBAL AWARDS and POPAI AWARDS Paris.

Co-operation with representatives and students of universities and secondary schools specialised in below-the-line marketing communication

POP AI CE members are given priority when choosing partners for the POPAI STUDENT AWARD competition, in which students create designs of POP materials and in-store communication campaigns according to the specific briefs of the partners.

Research-based strategy improvement

Participation in POPAI CE research projects and being among the first to receive the information and selected results:

- Research aimed at quantification of POP effectiveness, analyses of consumer in-store behaviour and the influence on shopping decisions,
- Shopper Engagement Study,
- Research surveys with advertisers and retail representatives concerning the attitudes towards in-store communication as well as the usefulness of in-store means in chains,
- Monitoring investment in in-store marketing tools and 3D advertising,
- POP Semiotic guide,
- HORECA POP study targeting POP communication in HORECA destinations,
- Research analysing the current gift and promotional item market,
- Research aimed at digital communications, etc.

Being part of a strong industry association, whose members are recognized as reputable and trusted professionals who represent the quality standard of the industry.

Definition of the correct moral principles and ethical behaviour of all members within the POP industry based on the POPAI CENTRAL EUROPE Code of Ethics.

Being part of a vast global network and obtaining knowledge via the central office as well as foreign branches

Possibility of gaining benefits, offered by the Shop! American central office: free or discounted subscription to professional publications, newsletters, participation in training programmes, involvement in research.



Prestižní mezinárodní událost ve světě retailu.

POP AI DAY 2021

25. 11. 2021

Kongresové centrum O2 universum,
Českomoravská 2345/17, 190 00 Praha 9 - Libeň



**POP AI
FORUM**

POP AI FÓRUM 2021

Mezinárodní konference o zásadních trendech a potenciálu v oblasti retailu.



**POP AI
AWARDS**

POP AI AWARDS 2021

Soutěž o nejlepší prostředky komunikace a reklamy v retailu. Přehledka nejnovějších realizací in-store komunikace, digitálních technologií, integrovaných in-store řešení.



**HVĚZDA 3D
REKLAMY**

Hvězda 3D reklamy 2021

Soutěž Hvězda 3D reklamy o nejlepší reklamní a dárkové předměty dlouhodobě podporuje obor 3D reklamy a zviditelňuje nejzajímavější novinky tohoto oboru na našem trhu.



**POP AI
STUDENT
AWARD**

POP AI STUDENT AWARD 2021

Soutěž o nejlepší studentské návrhy projektů komunikace v retailu dle zadání od konkrétních zadavatelů - partnerů soutěže.

Společenský večer

Slavnostní vyhlášení výsledků soutěže POP AI AWARDS 2021, Hvězda 3D reklamy 2021 a POP AI STUDENT AWARD 2021

AKCE JE POŘÁDÁNA VE SPOLUPRÁCI S AGENTUROU UP BRAND ACTIVATION



GENERÁLNÍ PARTNER



PARTNEŘI



HLAVNÍ PARTNEŘI



SPONZOŘI



ODBORNÍ PARTNEŘI



HLAVNÍ MEDIÁLNÍ PARTNER



MEDIÁLNÍ PARTNEŘI



POP AI CENTRAL EUROPE
popai@popai.cz | www.popai.cz