

PRŮVODCE OBOREM MARKETING AT RETAIL

GUIDE THROUGH THE MARKETING AT RETAIL INDUSTRY

2020



POPAI 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 POPAI CE

Petr Šímek

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

POPAI 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 POPAI CE

Petr Šímek

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** In-store komunikace získává na významu, využívá ji 82 %
zadavatelů, ukazuje výzkum oborové asociace POPAI CE
POP media are gaining importance; they are used by 82 % of advertisers
- 10** V in-store podpoře kosmetiky je ČR za světovým průměrem
The Czech Republic lags behind the world average
in terms of in-store support for cosmetics
- 14** Digitální komunikace v in-store bude do budoucna klíčová,
ale její doba ještě nenastala
In-store digital communication will be of key importance in the future,
but its time has not yet come
- 16** POPAI FORUM
Pronikněte zákazníkům do hlavy i do srdce
POPAI FORUM
Get inside customers' heads and hearts
- 18** POPAI AWARDS
seznamte se s nejlepšími projekty pro místo prodeje
POPAI AWARDS 2019
rewarded the best creations for points of sale
- 24** POPAI STUDENT AWARD
ocenila studentské návrhy komunikace v prodejních místech
POPAI STUDENT AWARD
Students have presented new projects for points of sale for the thirteenth time
- 26** Hvězda 3D reklamy
Jaké jsou hvězdné novinky 3D reklamního nebe?
Star of 3D Advertising Competition - the best innovations in 3D advertising
- 28** Významné projekty POPAI CE
Significant POPAI CE projects
- 30** Členové POPAI CENTRAL EUROPE
POPAI CENTRAL EUROPE members



Petr Šimek
President POPAI CE

Kolegové, přátelé, kamarádi,

POPAI CENTRAL EUROPE existuje již 20 let a během své působnosti pomohla retailu v Čechách a na Slovensku ujít dlouhou a mnohdy i strastiplnou cestu. Ne vždy byl totiž retail tak na koni jak dnes, ne vždy nás ostatní brali jakou samozřejmou součástí komunikačního mixu. Byli jsme ta POSka, která se dá vydestilovat do pár shelf stoperů, podlahovek a stojanů. V uplynulé dekádě se ale Customer Journey zásadně proměnila. Už nejde o „pravý hák“ televize, následnou aktivaci na festivalu a úprk přímo do obchodu. Zákazník je nadmíru informovaný a je to on, kdo si vybírá informační kanály, které jsou pro něj relevantní. ATL dnes pouze nebuduje značku, ale může hrát roli i „prachsprostého“ POSka. Digital je součástí každodenního života a ne jen hračka pro pár ITáků. A retail už neprodává jen věci, které zákazník vidí v televizi, ale mnohem častěji „prodává“ právě značku a buduje k ní vztah. Investice do in-store dlouhodobě rostou a už nejsme na pomyslném konci potravního řetězce komunikace. Jsme důležití, velmi efektivní a nepostradatelní.

POPAI CENTRAL EUROPE je středoevropskou pobočkou světové asociace Shop!, jednou z celosvětově nejúspěšnějších jak z pohledu počtu členů, speciálně v rámci Klubu zadavatelů, tak i z pohledu aktivit. Ostatní kanceláře se pravidelně inspiroují našimi projekty a implementují je do svých struktur. Během několika posledních měsíců se nám podařilo zaujmout pozice v nejvyšším vedení jak jednotlivých councilů (Creative Council, Research Council a Education Council), tak v globální radě, konkrétně Global Council. Můžeme tak konečně reálně ovlivňovat to, jak a kam budou aktivity asociace SHOP! směřovat.

Příkladem mohou být aktivity typu Global Retail Tours nebo Global Best Practices. Prostě nestačí pouze patřit k nejlepším, ale musíme být schopni tyto naše nápady, inovace a aktivity dobře prodat.

Protože se ale retail mění, musí se vyvíjet i POPAI CE. Hledáme další cesty, jak být leaderem oboru, objevujeme další okruhy témat, které do retailu logicky spadají. POPAI CENTRAL EUROPE se otvírá příležitostí, rozšiřuje svoje působnosti a chápe retail jako holistický celek, který se skládá z mnoha disciplín. Nejde tedy primárně pouze o vystavení produktů na prodejní ploše, jak bylo doposud chápáno. Do oblasti zájmu vstupuje komunikační strategie a kreativa, design prostředí, výzkum, digital nebo packaging. Pouze komplexní pohled na věc, sdílený na jedné platformě, umožňuje přesnější pochopení definovaných problémů a následný návrh optimálních řešení.

Držme si palce, ať nám tato pozitivní nálada vydrží co nejdéle. Doba nám prostě přeje a dlouhodobě se ukazuje, že do retailu se jednoduše vyplatí investovat. Děkuji všem, kteří se za to zasloužili. Děkuji těm, kteří nás podporují.

Obrovské díky patří naší dlouholeté kolegyni, naší kamarádce, našemu srdíčku Marcela Pazourkové. Marcela přinášela do POPAI pohodu, humor a přátelství. Marcela bohužel odešla rychle a neplánovaně. POPAI už nikdy nebude stejná. Bude jí chybět Marcelin úsměv, její vřelá náruč. Nikdy nezapomeneme, Marcelo!

Dear friends and colleagues,

POPAL CENTRAL EUROPE has been in operation for the past 20 years. During this time, it has helped retail in the Czech Republic and Slovakia on a long and sometimes difficult journey. Retail was not always in the position of influence it is today; others did not always see retail as an integral part of the communication mix. We were the POS category, which could be distilled down to a handful of shelf-talkers, floor stickers, and display stands. But the customer journey has fundamentally changed over the past decade. A 30-sec TV spot followed by a brand activation event is no longer the "one-two punch" that sends customers to the store. The customer is extremely informed and it is she who chooses the information channels that are relevant to her. Today, ATL not only builds brands but can also play the role of "dust-free" POS. Digital is a part of everyday life and not just a toy for IT. And retail no longer sells only the products customers see on television but is being used more often as a platform for 'selling' the brand and building relationships with its customers. Investments in in-store communication have increased over time and we are no longer at the bottom of the communication food chain. We have become relevant, effective, and indispensable.

POPAL CENTRAL EUROPE is the Central European subsidiary of SHOP!, a global retail association. SHOP! branch offices around the world are regularly inspired by our projects and implement them in their structures. Over the past few months, we have joined several SHOP! councils, including the Creative Council, Research Council, Education Council, and the Global

SHOP! Council. Thanks to this, we've had an impact on how and where the association plans its activities. The Global Retail Tours and Global Best Practices initiatives are two such examples. It is not enough to simply be a member, we must actively promote and sell our ideas and innovations.

But as retail continues to change, POPAL CE must also evolve. We are looking for other ways to be a leader in the industry and explore other topics that fall under the retail umbrella. POPAL CENTRAL EUROPE will work to expand its scope and understand retail as a holistic ecosystem, consisting of many disciplines. Retail is far more than the display of products on the shop floor, as it has been understood so far. It encompasses communication strategy and creativity, environmental design, research, digital, and packaging. Only a comprehensive viewpoint, shared on a single platform, allows for a more accurate understanding of the problems and the subsequent design of optimal solutions.

We will keep our fingers crossed that this positive mood lasts as long as possible. In the long-run, we will see that it pays to invest in retail. Thank you to everyone who has supported and contributed to our organization.

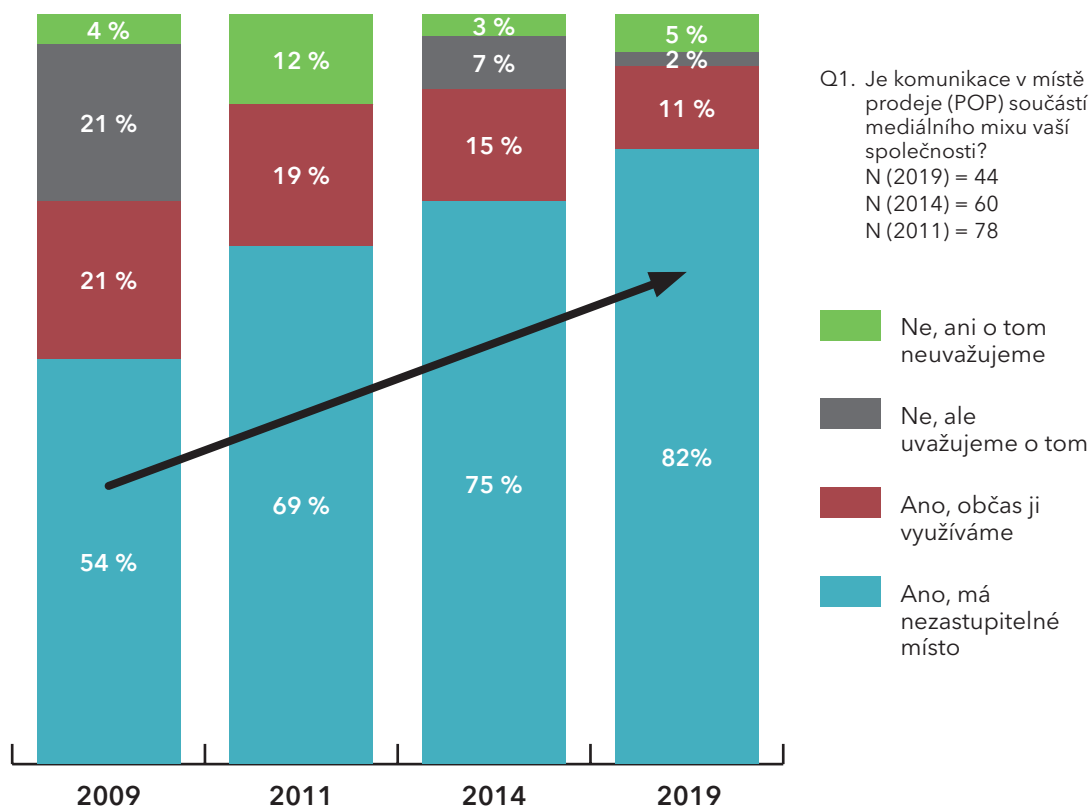
Very special thank you to our long-time colleague and friend, Marcela Pazourková. Her passing was sudden and unexpected, and we will greatly miss the warmth and humor she brought to POPAL CE. We will not be the same without her.

In-store komunikace získává na významu, využívá ji 82 % zadavatelů, ukazuje výzkum oborové asociace POPAI CE

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



In-store komunikace tvoří nedílnou součást komunikačního mixu, kde se ve své důležitosti řadí hned za televizi a internet. Její role navíc v čase roste, respektive pro svou propagaci s ní počítá čím dál více firem. Nezastupitelné místo má v aktivitách 82 % českých zadavatelů, což je o 28 procentních bodů více než před deseti lety. Vyplyvá to z výzkumu oborové asociace POPAI CE, který pro ni v loňském roce realizovala výzkumná agentura Nielsen. Do průzkumu byly zařazeny firmy z různých kategorií, přičemž nejsilněji byly zastoupeny potraviny, alkoholické i nealkoholické nápoje, ale také kosmetika, drogerie nebo pivo.

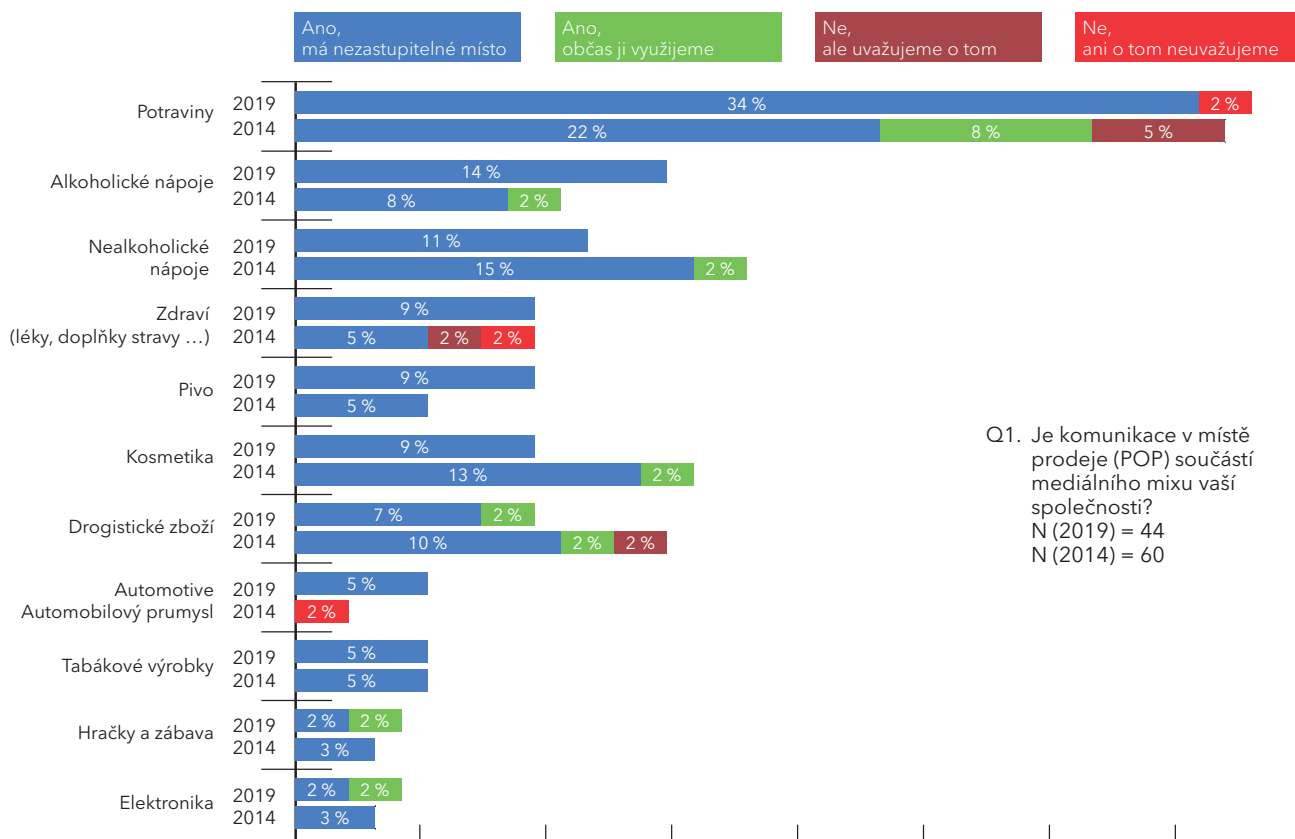


Obr. 1: In-store komunikace získává v čase na významu a je stále více využívána v rámci celkového mediamixu firem, zdroj: POPAI CE.

POP media are gaining importance; they are used by 82 % of advertisers

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. They have an irreplaceable spot in the activities of 82% of Czech advertisers, which is 28 percentage points more than a decade ago. This follows from research commissioned by the POPAI CE specialised association, which was carried out for it by the Nielsen research agency last year. 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 média nacházejí největšího uplatnění v kategorii potravin, pro které je tato forma propagace stále důležitější. Nezastupitelnou funkci mají pro 34 % potravinářských firem, což je o 12 pb. více než v období před pěti lety. Hojně je využívají také alkoholické a nealkoholické nápoje – u druhých jmenovaných však role in-store komunikace poklesla stejně jako u kosmetiky a drogistického zboží.



Obr. 2: Využití POP médií podle produktových kategorií v letech 2014 a 2019,

zdroj: POPAI CE

Do in-store komunikace plyne čtvrtina rozpočtu

O zařazení POP médií do komunikace nejčastěji rozhoduje **brand** nebo **marketingový manažer** (84 %), až za nimi následuje trade marketingový manažer (80 %), sales manažer (70 %) a top management (64 %). Vliv všech zmíněných se za posledních pět let však snížil.

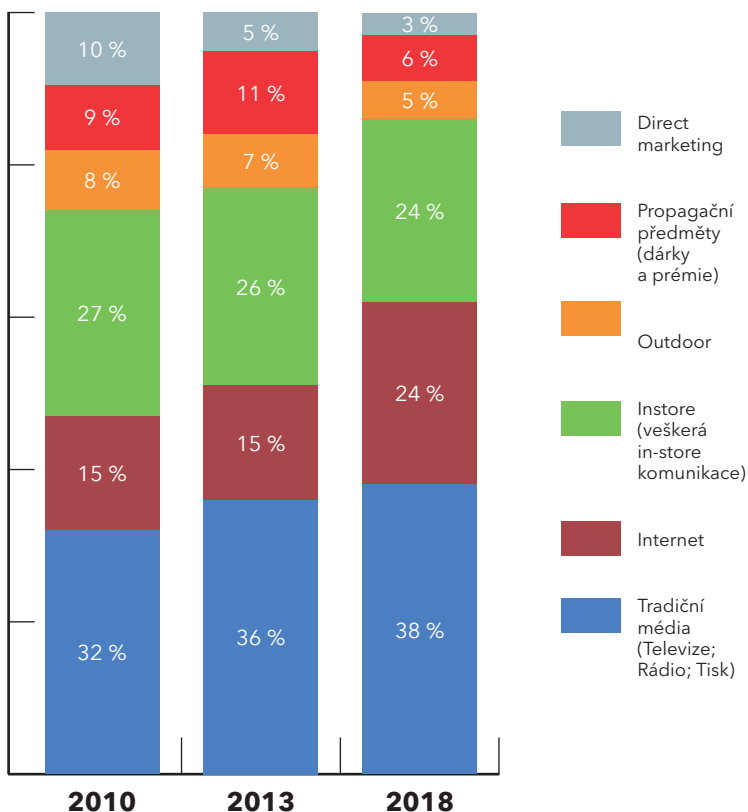
Investice do in-store komunikace představují (stejně jako do internetu) čtvrtinu celkového mediálního rozpočtu (24 %) a zároveň druhý největší výdaj hned po tradičních médiích, mezi něž se řadí televize, rádio a tisk. Oproti plánu jsou reálné výdaje nižší, a to o jedno procento.

Obr. 3: Rozdíl mezi plánovanými vs. reálnými mediálními investicemi, zdroj: POPAI CE

Reálné investice

Q10. Uvedte, prosím, procentuální část z celého reklamního rozpočtu za rok 2010 (2013, 2018), kterou jste investovali do jednotlivých forem komunikace?

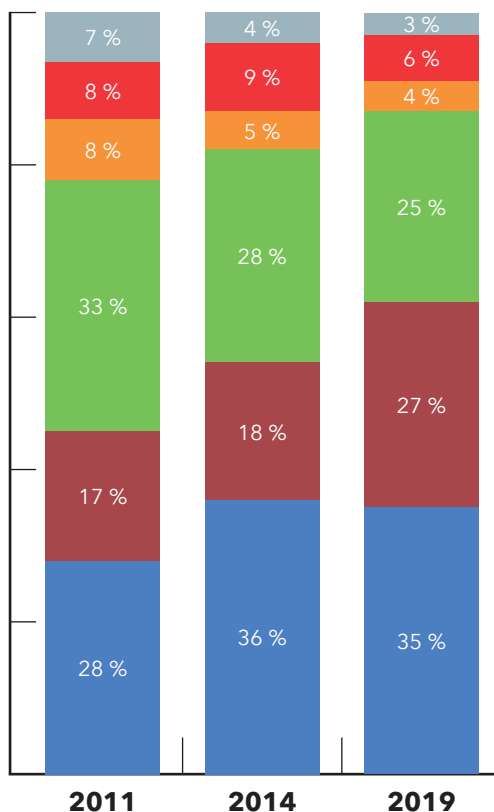
N (2019) = 36; N (2014) = 54; N (2011) = 69



Plánované investice

Q11. Uvedte, prosím, procentuální část z celého reklamního rozpočtu, kterou hodláte / považujete za efektivní investovat do jednotlivých forem komunikace v roce 2011 (2014, 2019)?

N (2019) = 34; N (2014) = 54; N (2011) = 69



U agentur i výrobců vadí zadavatelům především cena

Ke spolupráci na přípravě in-store komunikace nejvíce firem volí **BTL či sales promotion agenturu**, která má na starosti především kreativitu a produkci POP prvků. Jejich role za posledních let se navíc zvýšila. Využívají-li firmy k tomu ATL agenturu, spíše než k produkci od nich žádají kreativní nápady.

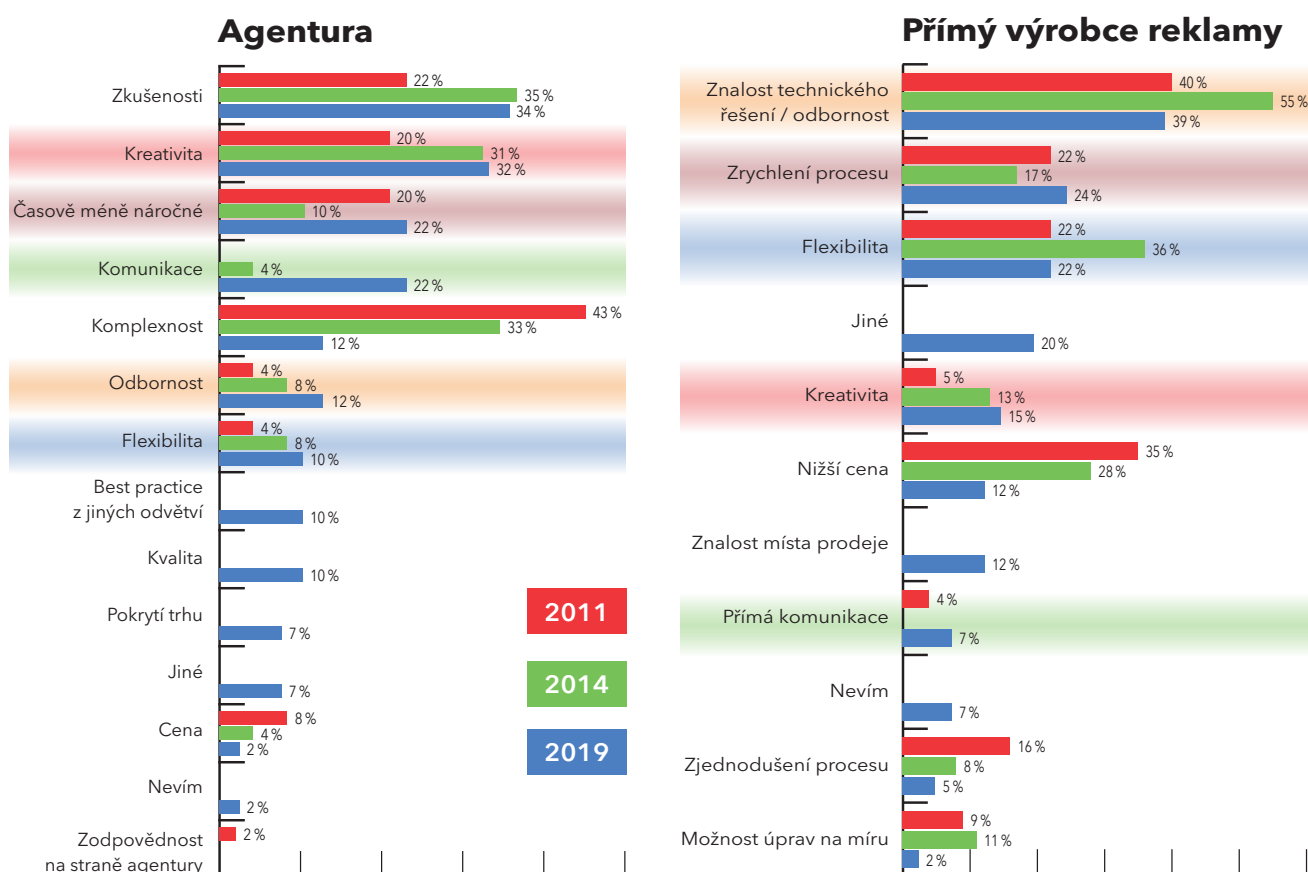
Na spolupráci s agenturou si zadavatelé cení především **zkušeností a kreativity** a přiznávají, že celý proces je **časově méně náročný**. Naopak jako nevýhodu pociťují vyšší cenu, neodbornost a někteří i nízkou míru kreativity. U **přímého výrobce reklamy** je stále brána za největší přednost **znalost technického řešení**, byť její důležitost poklesla. Oceňuje se i **zrychlení procesu a celková flexibilita**. Negativně je vnímána vysoká cena, nízká míra kreativity a neznalost celkové komunikační strategie. V průběhu času se výrobcům v očích zadavatelů podařilo poněkud vyvážet výtku vůči složitosti celkového procesu.

Obr. 4: Srovnání předností agentur a přímých výrobců reklamy v očích zadavatelů,

zdroj: POPAI CE

Q8. V čem vidíte výhody a nevýhody, resp. silné a slabé stránky spolupráce s agenturou/výrobcem reklamy v místě prodeje (POP)?

Agentura: N (2019) = 41, N (2014) = 54, N (2011) = 69, Výrobce reklamy: N (2019) = 41, N (2014) = 45, N (2011) = 56, otevřená otázka



Přímo s výrobcem vytváří POP média až 83 % dotázaných, nejčastěji v rámci kategorie piva (75 %), potravin a alkoholických nápojů (po 67 %). Více než polovina zadavatelů (54 %) tak činí pravidelně, nicméně za posledních pět let se jejich podíl o 5 pb. snížil. Potenciál k růstu, tedy těch, kteří o podobné spolupráci uvažují do budoucna, představuje jen 2 %.

V rámci přímé spolupráce s výrobcem jsou zadavatelé **většinou spokojeni**, přičemž nejvíce s osobností kontaktní osoby, která má zakázku na starosti, dále s technickým zpracováním, spolehlivostí, flexibilitou a odbornými znalostmi. Naopak nespokojenost klienti pociťují v souvislosti s promyšleností celkové komunikační strategie (23 %). Nespokojeni jsou dále se stanovenou cenou a (ne)poskytováním podpůrných služeb, mezi něž se řadí například logistika, merchandising nebo vyhodnocování efektivity.

In-store komunikace hraje v komunikačním mixu dnes důležitou roli. Firmy do ní investují až čtvrtinu svého rozpočtu. Na přípravě a realizaci spolupracují jak s agenturami (nejčastěji s BTL či sales promotion), tak přímo s výrobcem, u kterých jim vadí především vysoká cena. Zatímco u agentur si cení především zkušeností a kreativity, u výrobců jejich technické odbornosti. Potenciál ke zlepšení vidí na straně výrobců zejména v oblasti promyšlenosti jednotlivých POP prvků v souladu s celkovou komunikační strategií.

Daniel Jesenský, vice-president POPAI CE

V in-store podpoře kosmetiky je ČR za světovým průměrem

Ve světovém průměru připadá na obchod 25 POP prostředků k podpoře prodeje kosmetiky a péče o pleť, v Česku je to pouze 15.



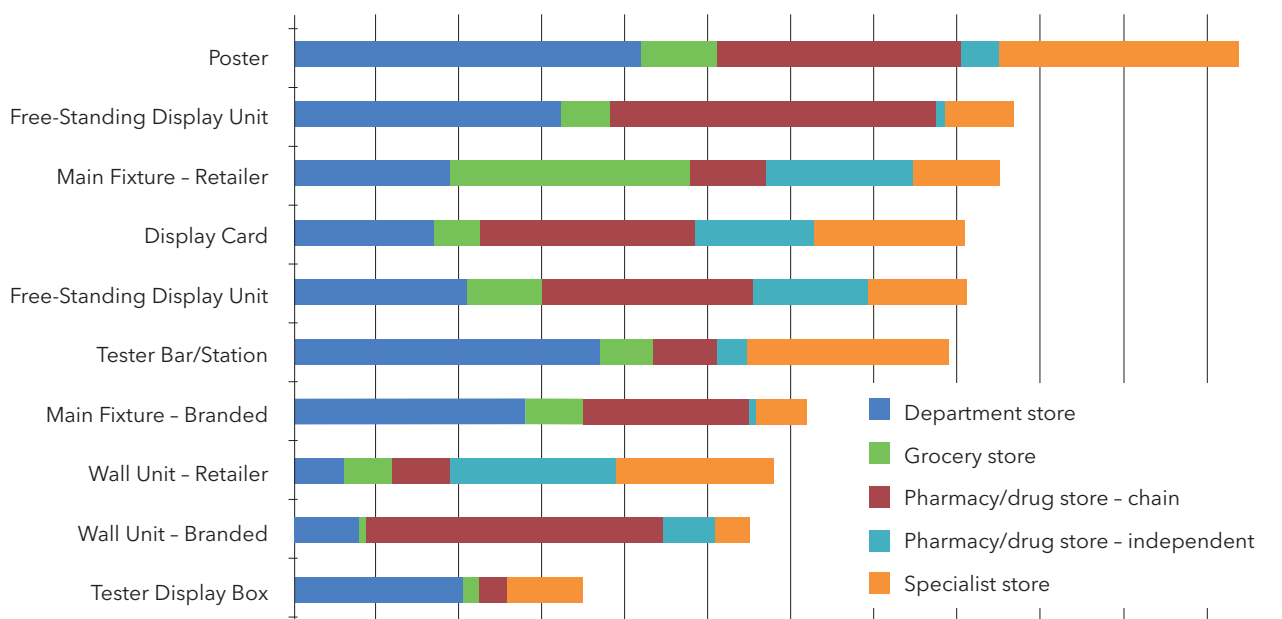
Kosmetice a péči o pleť se v prodejnách různého druhu věnuje velká pozornost. Na prodejní ploše obchodních center, drogerií, lékáren i nezávislých obchodů je podporuje celá řada prostředků in-store komunikace, včetně prodejních i testovacích stojanů, plakátů nebo digitálních obrazovek. Vyplyvá to ze studie Storedits Skin Care, Make-Up & Cosmetics, kterou ve 13 zemích včetně České republiky realizovala odborná asociace Shop! Global Network. Při svém průzkumu navštívila 177 obchodů 152 různých retailerů, kde bylo pořízeno celkem 2 261 fotografií a identifikováno 4 311 vystavení kosmetických produktů.

Prostředky k podpoře prodeje kosmetiky a péče o pleť jsou v podobném počtu používány jak v obchodních centrech, tak v drogeriích a lékárnách. V porovnání s nezávislými prodejny jich je dvakrát více. POP reklama je také častěji k vidění ve specializovaných obchodech s kosmetikou než v lékárnách či drogeriích, přičemž nejobvyklejší kombinací tvoří kombinace 3D vystavení s 2D prezentací (signage).

Nejčastější formu POP představuje levný a jednoduchý plakát, hned za ním se však drží nákladné testovací ostrůvky, ať už stojící nezávisle, nebo v rámci větší instalace. Právě počet testovacích ploch i se zrcadlem (451) jen dokazuje, jak důležitá je při nákupu kosmetiky možnost vyzkoušení. Dále se oblíbě těší obrandovaná regálová čela, dočasné stojany či regálové vystavení. Na druhou stranu digitální obrazovky využívá jen 3,3 % obchodů a ještě nižší zastoupení je pozorováno u interaktivních POP.

Graf 1: Rozložení 10 nejpoužívanějších prostředků vystavení podle typu obchodu

Zdroj: Storedits Skin Care, Make-Up & Cosmetics

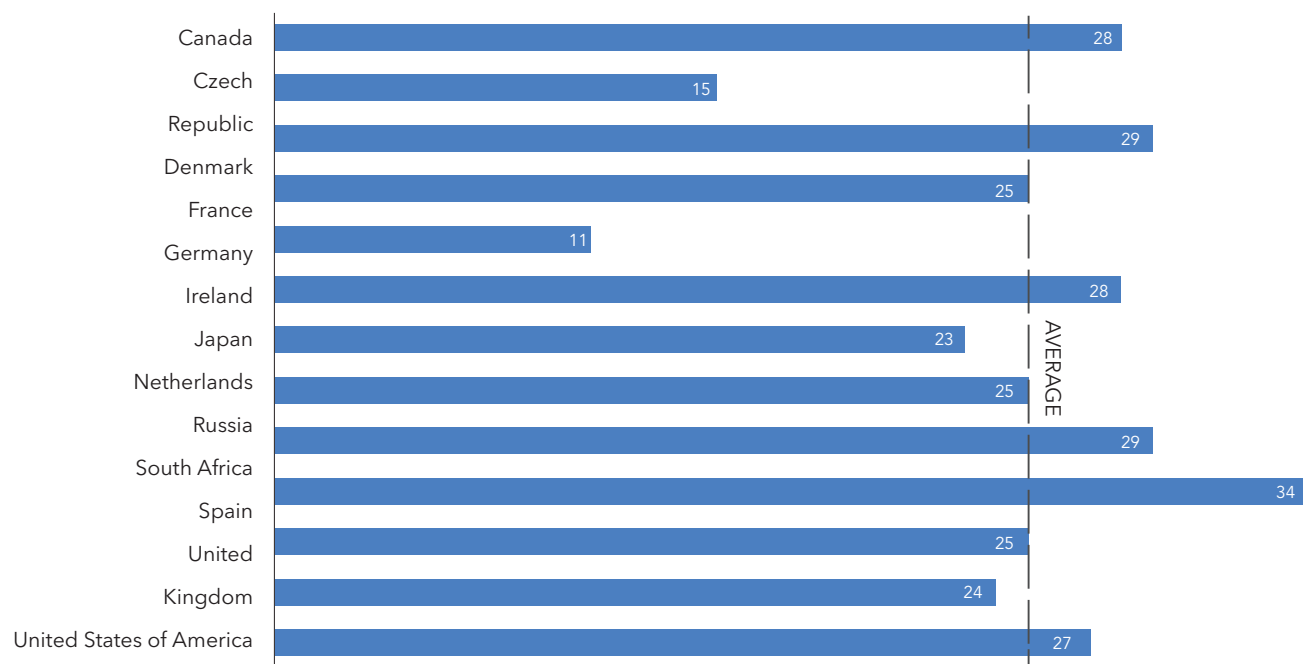


Nejméně POP prostředků na obchod mají v Německu a Česku

V průměru připadá na obchod 25 různých prostředků k podpoře vystavení kosmetických produktů. Výrazně méně je tomu jen v Německu (11) a České republice (15), naopak o dost více v Jihoafrické republice (34). POP prostředky jsou nejčastěji k vidění v zóně kosmetiky a péče o pleť, kde využívají místa přiléhající k hlavním regálům, dále stěny, čela regálů (9 %), mimo ni jsou prodávány v tzv. shop-in-shopech (6 %) nebo i u pokladen (3 %). Zřídka je tato kategorie komunikována ve výloze či vně obchodu.

Graf 2: **Průměrný počet vystavení kosmetiky a péče o pleť na obchod v jednotlivých zemích**

Zdroj: Storedits Skin Care, Make-Up & Cosmetics

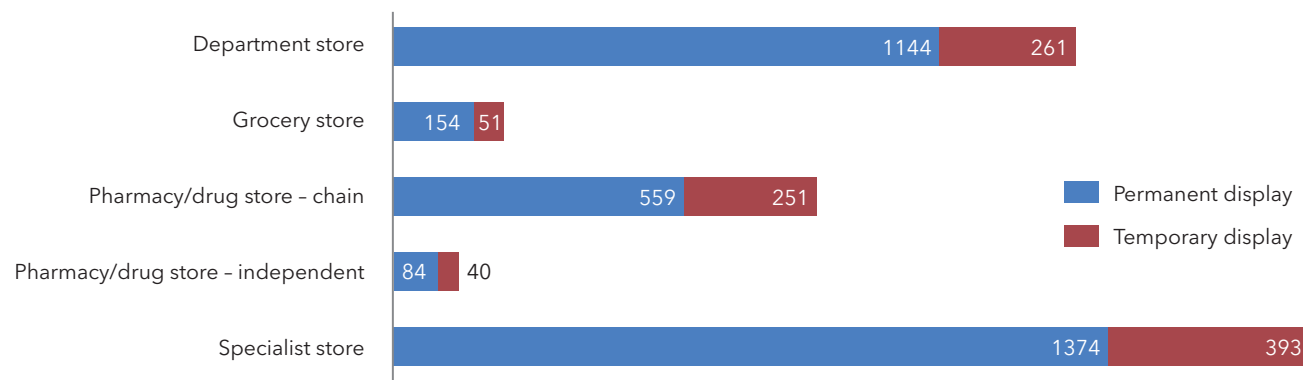


Primární cílovou skupinou této kategorie jsou nepřekvapivě ženy, což dokazuje i skutečnost, že více než polovina POP prostředků na ně se svou komunikací míří. Více pozornosti věnují retailéři kosmetice, s výjimkou lékáren, které se zaměřují spíše na péči o pleť. POP u kosmetiky více zdůrazňuje branding, využívá testovací ostrůvky i digitální obrazovky. Platí to pro všechny sledované země, až na Německo, Francii a Českou republiku, kde má péče o pleť obecně větší prostor než kosmetika.

U stojanů převažují permanentní (3/4) nad těmi dočasnými. Upřednostňují je obchodní centra i prodejny specializované na kosmetiku. Největší oblibě se těší v USA (85 %) a Rusku (84 %), nejméně v Japonsku (55 %).

Graf 3: **Rozložení permanentních a dočasných stojanů**

Zdroj: Storedits Skin Care, Make-Up & Cosmetics



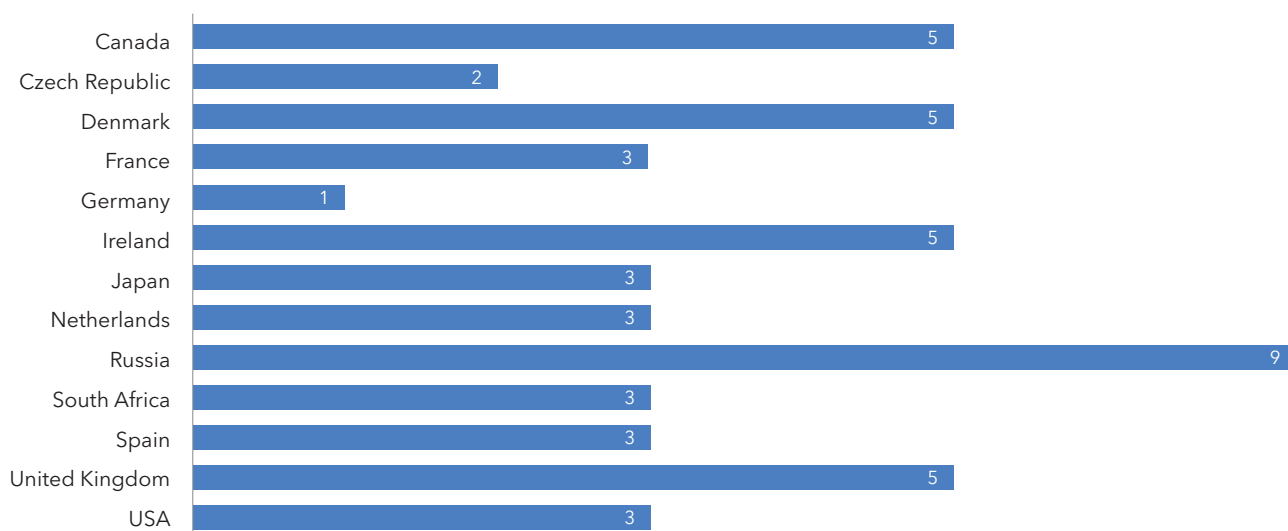
The Czech Republic lags behind the world average in terms of in-store support for cosmetics

Beauty and skin care products are paid great attention to in stores of various types. They are supported by a whole range of in-store communications, such as sales and sample display racks, posters and digital screens, which are situated in the premises of shopping centres, drug stores, pharmacies and independent shops. This conclusion results from the Storedits Skin Care, Make-Up & Cosmetics study, which was carried out by the Shop! Global Network association in 13 countries including the Czech Republic. During its survey, the association paid a visit to 177 stores of 152 different retailers, where a total of 2,261 photos were taken and 4,311 cosmetic product displays were identified.

Až 16 % všech POP prostředků není určeno k vystavení zboží k prodeji. Buď umožňují testování produktů, nebo slouží jen ke komunikaci produktu či značky. Zatímco v Rusku jich bylo v průměru devět na prodejně, v Německu jen jeden a v České republice dva.

Graf 4: **Průměrný počet POP prostředků, které nejsou určeny k vystavení zboží k prodeji**

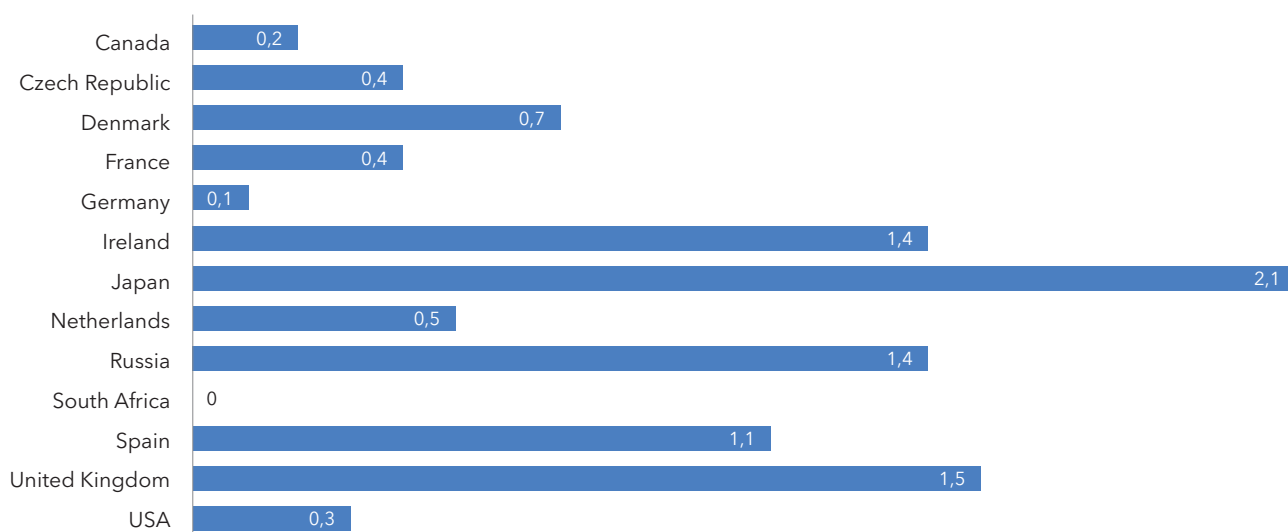
Zdroj: Storedits Skin Care, Make-Up & Cosmetics



Digitální obrazovky jsou používány vzácně. Zaznamenáno jich bylo jen 142, z čehož pouze 13 z nich bylo interaktivních. Nejčastěji se nacházejí v obchodních centrech – na jeden z nich připadá v průměru 2,6 obrazovky, zatímco u specializovaných obchodů je to jen 0,8 a u ostatních retailerů pouze 0,3. Nejvíce je využívají v Japonsku (2,1 obrazovky na prodejně), nejméně v Jihoafrické republice (0). Většinou (80 %) slouží ke komunikaci produktových informací, jen více než polovina z nich má za úkol podpořit image značky, 46 % kombinovaly obě dvě zmíněné funkce.

Graf 5: **Průměrný počet digitálních obrazovek na obchod v jednotlivých zemích**

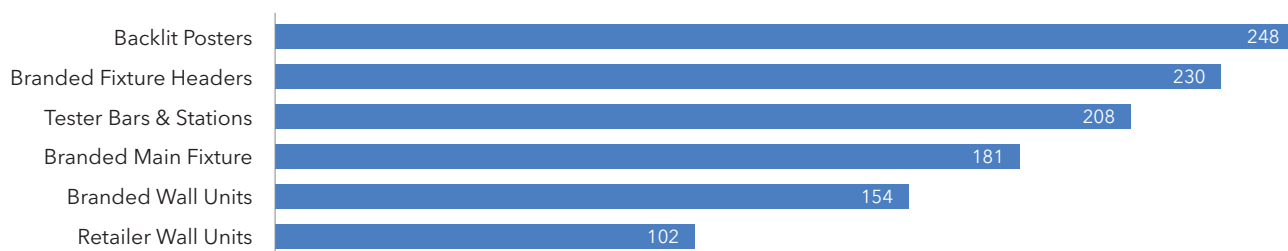
Zdroj: Storedits Skin Care, Make-Up & Cosmetics



Osvětlení používá jen 31 % sledovaných prostředků, umístěných opět nejčastěji v obchodních domech. Nejpopulárnější je zadní podsvícení, které je k vidění u 1 328 prostředků, z nichž 52 využívá blikající světlo, 134 osvětlení regálů, 75 prosvětlené boxy a 28 bodová světla. Nejvyšší podíl osvětlení na prodejně má Rusko (11,7) a Dánsko (11,4), nejméně Německo (3,2), Japonsko (3,7) a Česká republika (4,3).

Graf 6: Typy prostředků s osvětlením

Zdroj: Storedits Skin Care, Make-Up & Cosmetics

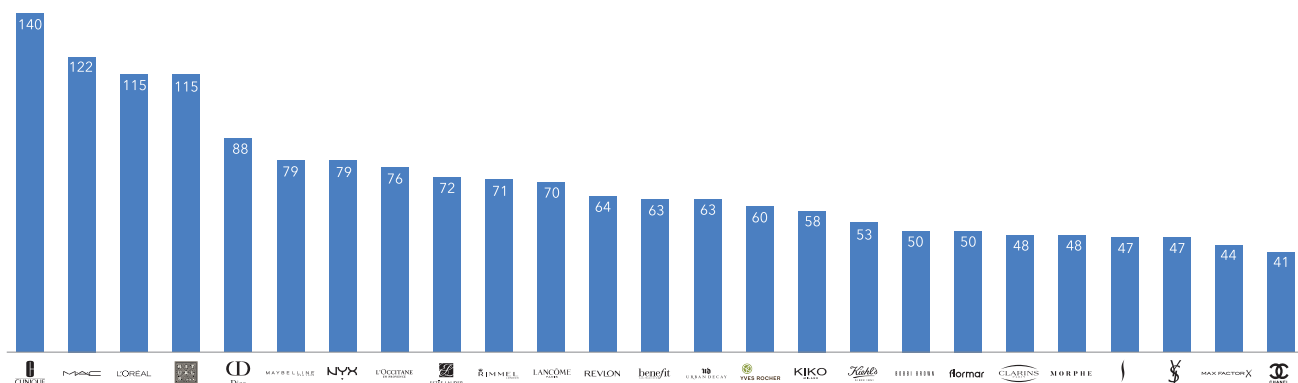


Zrcadlo je součástí 451 vystavení, většinou v podobě testovacích ostrůvků v obchodních centrech či specializovaných sítích. Zatímco nejvíce z nich se nachází v Rusku (dvakrát více než průměr), nejméně v Česku (čtvrtina průměru). Ostatní smysly jsou podněcovány jen okrajově: vůni využívá 18 sledovaných prostředků, pouze pět z nich pracuje s pohybem a se zvukovým elementem ani jeden. Většina z „více-smyslových“ vystavení je umístěna u specializovaných prodejců, a to v České republice, Dánsku, Francii, Nizozemí, Rusku, Španělsku, Velké Británii a USA.

U prodejců je prezentováno až 385 značek kosmetiky či péče o pleť. Většina POP prostředků nese jen jedno logo, 533 z nich je multibrandových. Nejčastěji je kladen důraz na image značky, nicméně produktové informace či promoční akce rovněž tvoří součást sdělení.

Graf 7: Nejčastěji zastoupené značky ve vystavení

Zdroj: Storedits Skin Care, Make-Up & Cosmetics



Je tak vidět z řady výsledků uvedených výše, v České republice je ve srovnání se zahraničím možný potenciál k rozvoji POP komunikační podpory kosmetiky a péče o pleť v místě prodeje.

V případě zájmu o podrobnější výstupy z výzkumu Storedits Skin Care, Make-Up & Cosmetics kontaktujte kancelář POPAI Central Europe.

Digitální komunikace v in-store bude do budoucna klíčová, ale její doba ještě nenastala

Jaká je znalost digitálních technologií na našem trhu? Jaké nástroje digitální in-store komunikace jsou využívány a proč? Jaké bariéry brání širšímu využití digitálních nástrojů? Těmito a dalšími otázkami se zabýval nový unikátní výzkum asociace POPAI CE a výzkumné agentury Nielsen.

Výzkum byl realizován v průběhu roku 2019 formou skupinových diskuzí za účasti profesionálů z firem, které již mají zkušenost s použitím digitálních in-store nástrojů.



Multifunkční rotační stojan

soutěžní exponát POPAI AWARDS 2019
v kategorii digitální komunikace
Přihlašovatel: TPR s.r.o.



In-store digital communication will be of key importance in the future, but its time has not yet come

How much do we know about digital technologies in our market? What digital in-store communication tools are used and why? What barriers prevent the wider use of digital tools? These and other issues were addressed by the unique research conducted by the POPAI CE association and the Nielsen research agency.

Jaká zjištění výzkum přinesl?

Povědomí o digitálních řešeních není obecně v současnosti u nás zcela vysoké. Celkově respondenti uvedli poměrně dobrý přehled o různých druzích digitálních technologií a nástrojů, jako jsou například LCD obrazovky, bezdrátová technologie – Bluetooth, mobilní zařízení, QR kódy, klientská WiFi, tablet, digitální projekce na podlahu nebo na zeď a další.

Respondenti potvrdili, že právě digitální technologie a komunikace zákazníkovi má zpříjemnit nákupní zážitek a zároveň pomoci při výběru. Zároveň zdůraznili, že plošně se digitální technologie ke komunikaci ještě nevyužívají.

Z hlediska využití digitálních technologií v místě prodeje jsme dle reakcí respondentů stále na začátku. V praxi najdeme na našem trhu zejména technologie, které jsou již rozšířené a známé, tudíž i dobře dostupné a cenově méně náročné. K nejpoužívanějším patří LCD obrazovky, Infokiosky, WiFi, Bluetooth a QR kódy.

Hlavním důvodem využití digitální komunikace je její flexibilita a efektivita, která následně i šetří náklady. Zároveň respondenti uvedli, že doba i spotřebitelé si to žádají čím dál více. Pokud firma či značka chce být „IN“, bude muset nějakou formu digitální komunikace implementovat dříve či později.

Mezi důvody, které brání společnostem více využívat digitální technologie, je třeba jmenovat zejména úroveň technologií a jejich používání jako takové (kompatibilita, technické nároky řešení pro prodejnu atd.), s tím spojené dostupné informace o praktickém využití a v neposlední řadě výše investice do takového řešení.

Pro budoucí použití digitálních technologií je podle profesionálů v oboru klíčová edukace na všech úrovních, case studies z reálných příkladů, kde je vidět ROI. Toto může pomoci v rámci přesvědčovacího procesu ve firmě ve prospěch digitálních řešení. A v neposlední řadě proaktivita a schopnost komplexní nabídky včetně komunikační strategie a kreativity od dodavatelů digitálních realizací.

Firmy do budoucna očekávají od dodavatelů digitálních technologií komplexní řešení, to znamená, že nechtějí nakupovat zvlášť software a zvlášť kreativitu. Do budoucna tedy bude nutná synergie mezi agenturami, které nabízejí tyto služby a které by se měly v nabídkách doplňovat. V tom může pomoci sekce Digitální komunikace POPAI, která dokáže propojit tyto agentury mezi sebou.



Digitální totem

soutěžní exponát POPAI AWARDS 2019
 v kategorii digitální komunikace
 Přihlašovatel: POS Media Czech Republic



**POPAI
FORUM**

Pronikněte zákazníkům do hlavy i do srdce

Konference POPAI Fórum 2019 s podtitulem „Cesta do hlubin zákaznickovi duše a Hlavou pro praxi, srdcem pro život“ přinesla inspirující trendy z retailu a novinky o chování zákazníků. Účastníci měli také možnost poznat, jak je s pomocí pokročilých vědeckých metod možné ovlivňovat nákupní chování.

Prognózy budoucího vývoje společnosti, které vyplývají ze zpráv 16 amerických zpravodajských služeb, naznačují, že uspořádání světa tak, jak jej známe dnes, se v budoucnu změní. Tomu je zapotřebí přizpůsobit marketing, prodejní kanály i samotné zboží.

Poroste význam komunit

Do roku 2035 můžeme očekávat, že se navzdory globalizaci mnohé země emancipují a vytvoří jakési samostatné



Get inside customers' heads and hearts

The POPAI Forum 2019 Conference subtitled "Journey to the Depths of the Customer's Soul and Head for Practical Matters and the Heart for Life" brought inspiring trends from retail and new information about customer behaviour. Participants also had the opportunity to see how in practical terms it was possible to involve neuroscience, psychology, semiotics, semantics and other disciplines in retail, and how one could influence shopping behaviour with the help of advanced scientific methods.

ostrov, které si budou chránit svou ekonomiku a trh. Z hospodářského hlediska můžeme očekávat také vznik takzvaných orbitů, tedy jakýchsi kopií zemí, které je vytvoří (podobně jako je dnes Čína zrcadlem toho, jak vypadaly USA v minulosti). Předpokládá se vznik komunit, přičemž poroste jejich vliv. Zavládne jistá politická nestabilita, protože emancipované země nebudou chtít poslouchat centrální moc, a můžeme očekávat i rostoucí nacionalismus a mazání rozdílů mezi mírem a válkou. Významně se projeví zapojování umělé inteligence, a to do všech oblastí lidského života. „Pro marketing je důležité, že vzniknou silné komunity, ať už mezi spolužáky, nebo třeba v místě bydliště. Tyto komunity budou z hlediska marketingu důležitější než v současnosti nejdůležitější marketingový nástroj,“ predikuje Bohumír Štědroň, prognostik a systémový analytik, ředitel Prognostického institutu Vysoké školy mezinárodních a veřejných vztahů, který mimo jiné přednáší prognostiku na ČVUT nebo Univerzitě Karlově. Podle jeho předpokladů si však i v tomto světě povede Česká republika velmi dobře. Kromě toho, že vzniknou statisíce pracovních příležitostí, jsou Češi velmi chytří a podnikaví lidé. Jak Bohumír Štědroň upozorňuje, zbytečně trpíme sebemrskáčstvím a měli bychom se raději soustředit na to, v čem jsme dobří.



Fungují emoce a stereotypy

Většina nákupů vniká neplánovaně a na základě emocí. Poznání, jak vlastně funguje lidský mozek při průchodu prodejnou nebo před nákupním rozhodnutím, může pomoci obchodníkům ještě lépe pochopit, jak a kdy jim nabídnout zboží. Jak vysvětluje Ana Iorga, CEO & Chief Neuroscientist, Buyer Brain, United Kingdom, současní spotřebitelé od nakupování očekávají zážitek. A milují také značky, které pro ně představují rozhodovací zkratky. „V podstatě při nakupování fungujeme ve dvou systémech. První je automatický, je založen na emocích a fungují v něm zkratky a osvědčené stereotypy. Tento systém lidé používají u všech běžných nákupů. Druhý systém spotřebitelé zapojují v případě, kdy jde o složitější nákup či nákup dražšího zboží, například automobilu. Myšlení je v tu chvíli mnohem víc analytické, racionální, mozek srovnává a vybírá tu nejlepší variantu. Tento způsob nakupování je ovšem pro mozek vyčerpávající a také rozhodování je pomalejší. V jistém slova smyslu je možné říct, že myšlení bolí,“ konstatuje Ana Iorga.

Nákupy nekomplikujte

Snaha o šetření energie je důvod, proč náš mozek miluje značky, které po něj představují zkratku. Pokud si jednou vytvořil dobrou zkušenost se značkou, nemá důvod jí příště nedůvěřovat. To je do jisté míry také důvod, proč v podstatě neustále nakupujeme ty samé věci. Není tedy divu, že 85 % novinek je do jednoho roku vylistováno. Obecně lidé neradi riskují a raději sázejí na osvědčené postupy. Sdělení i produkty by proto neměly být složité, ale co nejméně komplikované. Nakupování by rozhodně nemělo být spojeno s bolestí, ale mělo by být příjemným zážitkem. „Až šedesát čtyři procent spotřebitelů deklaruje, že pokud jim budeme nakupování znepříjemňovat, raději přejde k jiné značce,“ varuje Ana Iorga.

Velkou roli při rozhodování o nákupu hrají emoce a skutečnost, že lidé něco chtějí, že mají něco rádi a že z toho mají potěšení. To dokáže podpořit nejen jejich loajalitu, ale ukázalo se, že také více nakoupí. „Lidé mnohdy dospějí k rozhodnutí a přitom ani netuší, proč k němu dospěli, respektive tento proces nedokáží popsat. „Jestliže chcete, aby lidé něco udělali, udělejte jim to jednoduché,“ vzkazuje Ana Iorga. Ve světle zmíněného nicméně vyvstává otázka, zda má vůbec smysl přicházet s novinkami. Odpověď je jasná: Ano, firmy se musí posunovat dál. Musí při tom ovšem velmi dobře naslouchat požadavkům spotřebitelů.

U zákazníka je možné vzbudit touhu

V POP a mediální komunikaci velmi dobře fungují neuro-algoritmy. Zjednodušeně řečeno jde o zákonitosti, které v mozku nakupujícího dokáží vyvolat jisté procesy. Poznání těchto algoritmů umožňuje jejich využití při vytváření obsahu v místě prodeje a pomáhá zvyšovat výkonnost značek. „Až devadesát pět procent nákupních rozhodnutí děláme nevědomě. Otázka tedy je, jak vytvořit onen knoflík, který by byl spouštěčem k nákupu?“ ptá se Jan Flick, Shopper Science Ferrero Germany. Na výzkumu, který se na tuto otázku pokusil najít odpověď, se podílelo mnoho odborníků z řad lékařů i ekonomů. Ti zkoumali, jak se lidský mozek chová a co je pro zákazníka důležité, pokud jeho mozek dostane určité



podněty. Pomocí měření mozkových aktivit vědci zjišťovali, co se v něm odehrává, pokud člověk vnímá na předloženém obrázku soulad (krásná fotografie produktu), případně nesoulad (zubní kartáček umístěný na obalu čokolády). Mimo jiné se zjistilo, že pokud jsou aktivovány určité části mozku, je možné vyvolat touhu, a tu je samozřejmě možné proměnit v nákupní rozhodnutí. Ne vždy je však možné tyto poznatky aplikovat globálně, protože některé zákonitosti vykazují regionalitu.

O úspěchu může rozhodnout písmo

Podobně, jako mají spotřebitelé spojené jisté barvy pro určité kategorie zboží (modrá evokuje chlazené mléčné potraviny, zelená prací prostředky), je možné vyzorovat také typické znaky písma. Typografický průzkum digitální agentury BlueGhost se zaměřil na asociace a stereotypy spojované s nejčastěji používanými písmy, přičemž přinesl zajímavá zjištění. „Zjistilo se, že některá písma nemají moc asociovat, jiná ano. Například Times New Roman působí velmi důvěryhodně,“ naznačuje Lukáš Pilka, kreativní ředitel této agentury. Toto písmo je tedy vhodné pro psaní důležitých dokumentů nebo sdělení, která mají působit vážně. Některé typy písma je dokonce možné navázat na určitý druh výrobků, o čemž měli možnost se přesvědčit sami účastníci konference. Těm hostesky nabídly před vstupem do konferenčního sálu čokoládu. Jednalo se vždy o táč, na kterém byly zabaleny tři tabulky čokolády do naprosto identických bílých obalů s nápisy, které byly co do obsahu také stejné. Rozdílné bylo jen použité písmo. Naprostá většina milovníků čokolády sáhla po tabulce se zaobleným písmem. Vhodně zvolené písmo podle jeho slov dokáže zvýšit odběr zboží až 4x. Další výzkum ukázal, že pouhá změna písma na tlačítku v internetovém obchodě dokázala zvýšit kliknutí na takto popsaný banner téměř o třetinu. Jak Lukáš Pilka upozorňuje, také v oblasti typografie existují regionální nebo komunitní rozdíly. Je tedy zřejmé, že určité kulturní, komunitní či zájmové skupiny budou preferovat rozdílné typy písem. Což je samozřejmě možné v marketingu využít.

Pavel Neumann



POPai AWARDS

POPai AWARDS seznamte se s nejlepšími projekty pro místo prodeje

Daniela Krofiánová
General Manager POPai CE

Soutěž POPai AWARDS, kterou každoročně pořádá středoevropská pobočka POPai, je tradičně vnímána jako významná událost oboru in-store komunikace pro tvůrce i zadavatele řešení v místech prodeje. Nabízí jedinečnou možnost seznámit se novými realizacemi pro účinnou komunikaci v místě prodeje a získat přehled o nejvýraznějších trendech na trhu in-store komunikace.

Jedenáctý ročník této prestižní soutěže proběhl jako součást programu mezinárodní akce POPai DAY 2019, která se konala v závěru roku 2019 v Kongresovém centru TOP Hotelu Praha. Rozsáhlá soutěžní expozice zahrnovala celkem 107 projektů komunikace v retailu.

K soutěžním exponátům patřily prostředky in-store komunikace, prostředky pro vybavení obchodů, nástroje světelné komunikace, informační a orientační systémy, projekty podpory prodeje, inovativní a ekologicky šetrná in-store řešení, integrované in-store kampaně atd. V samostatných soutěžních kategoriích soutěžily novinky z oblasti digitální médií a také reklamní dárky v místě prodeje.

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.

POPai AWARDS 2019 rewarded the best creations for points of sale

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 event year of the competition, which took place at the end of 2019 as a part of the programme of the POPai DAY international event, presented 107 in-store exhibits. 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.



Nejúspěšnějším exponátem celé soutěže se stala in-store realizace **Paletový ostrov Jägermeister**, kterou pro společnost Mast-Jaegermeister CZ s.r.o. vytvořila společnost Dago. Tento projekt získal celkem čtyři ocenění včetně absolutního vítězství v soutěži.

Paletový ostrov Jägermeister je dokonalou harmonií hned několika druhů světelných efektů, materiálu a tvaru. Středová kruhová část je ve stoprocentním kontrastu se zbytkem vystavení, který se skládá z bezpočtu pravých úhlů. Nedílnou součástí vystavení jsou loga Jägermeister s jejich unikátním jelenem, jež jsou vyhotovená ze zlatého škrábaného dibondu s plexisklem. Chladný a ledový pocit připomínající, že nejlépe si nápoj zákazníci vychutnají vychlazený s ledem, potvrzuje integrovaný mrazák. Dalším dominantním prvkem jsou hned dva světelní jeleni. Typické symboly tohoto bylinného likéru s hořkou a kořenitou chutí jsou zhotoveny z gravírovaného plexiskla. Ve středové kruhové části završuje toto mistrovské dílo holografická animace, která byla vytvořena

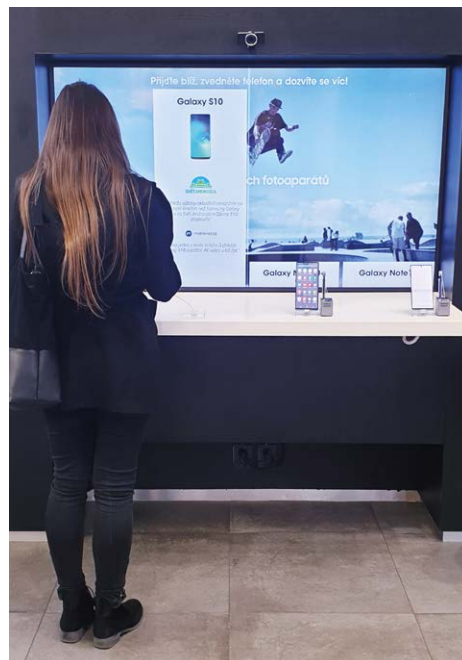
přesně na míru dle požadavků klienta. Zobrazuje velkolepý příchod jelena, který vydechne směrem k lahvi Jägermeister ledovou mlhu, čímž nápoj ledově namrazí na -18 °C, přesně dle doporučené teploty výrobce. Nutno zmínit, že vlastní prezentaci této holografické animace musí doprovázet také hned několik bezpečnostních prvků. Toto ojedinělé a unikátní, v České republice pravděpodobně i první, POP médium s aplikací skutečné holografické projekce ukazuje, že i různorodá kombinace tvarů, materiálů a technologií dokáže vytvořit originální harmonický celek, který v místě prodeje nejen překvapí, ale také za sebou zanechá v paměti zákazníků emoční stopu ve prospěch prezentované značky!



Krmelcovník - koncept na bezobalový prodej, který do soutěže přihlásila společnost THIMM THE HIGHPACK GROUP, byl v soutěži vyhodnocen jako nejlepší POP materiál na bázi papíru.

Krmelcovník je ekologický, udržitelný displej, jehož všechny části jsou vyrobeny z vlnité lepenky. Skládá se z ekologických krmelců, které byly vyvinuty pro bezobalový prodej. Jejich konstrukce je propracovaná do nejmenších detailů, skládá se ze dvou dílů - z pláště, který slouží dlouhodobě u prodejce a z náhradní náplně, která je vyrobena z certifikované vlnité lepenky foodWave®, určené pro přímý styk s potravinami. Hygienické a bezpečné balení zboží zajišťuje i detailně propracovaná konstrukce, která je bezešvá a minimalizuje se tak přístup vzduchu a nečistot. V dolní části krmelce je velmi odolný výklopný mechanismus, který umožňuje pohodlné nabírání zboží. Výdejní prostor je zakryt víkem, které zboží chrání před kontaminací. Díky dvoudílné konstrukci lze náhradní náplň kdykoli vyměnit, přičemž plášť zůstává stejný. Prodejce jednoduše zezadu vloží náhradní náplň, zepředu otevře výklopný mechanismus, odtrhne perforaci na náplni a krmelec je připraven k použití. Do Krmelcovníku lze umístit libovolný počet krmelců. Topper ve tvaru střechy je zafixovaný k horní řadě krmelců. Dolní část Krmelcovníku je vyrobena ze speciální vlnité lepenky, která je voděodolná, což prodlužuje životnost Krmelcovníku. Na soklu Krmelcovníku je umístěna kapsa, v které jsou chytře umístěny propagační materiály k nabízenému zboží.

Vítězství ve zvláštní kategorii „Digitální komunikace“ získaly dva projekty: **Digital Wall bay pro Samsung Brand Store Chodov** od společnosti Cheil Czech and Slovak a **Excellent Multiplayer Hra** od společnosti Plzeňský Prazdroj.



Digital Wall bay se skládá z QLED TV s kamerou a stolu, na kterém jsou umístěny telefony Galaxy S10, S10+ a Note 10, 10+. Jakmile zákazník zvedne některý z telefonů, kamera rozpozná typ telefonu a zákaznicko pohlaví. V ten moment se na QLED TV spustí speciálně sestavený videoobsah a zároveň jsou na obrazovce prezentovány USP daného telefonu potenciálně atraktivní pro zákazníka konkrétního věku a pohlaví. Data z Wall bay jsou shromažďována a analyzována. Modely telefonů a virtuální obsah jsou variovány v závislosti na aktuální nabídce telefonů. Tím je zajištěn vždy aktuální sběr dat a jejich efektivní využití ve všech kanálech marketingové komunikace.



Excellent Multiplayer Hra je určená k aktivaci na různých místech – od obrazovky v klubu po projekci na budovu vysokoškolských kolejí. Koncový uživatel dostane po zakoupení piva Excelent od promotéra voucher s návodem, který mu zároveň před začátkem hry vygeneruje QR kód. Tento kód promění každý chytrý telefon během chvíle v herní ovladač (bez nutnosti instalace). Hra představuje značku Excelent v dnes populárním retro stylu a herní mechanikou odkazuje na slavné tituly z minulosti herních konzolí.

Letošní ročník soutěže POPAI AWARDS se uskuteční 26. 11. 2020 v Kongresovém centru TOP HOTELU Praha, Blažimská 1781/4, Praha 4 - Chodov.

Vítězové kategorií POP AI AWARDS 2019



Kategorie AUTOMOBILY

Shop in shop BMW Motorrad

Přihlašovatel: UNiBON s.r.o.



Kategorie NEALKOHOLICKÉ NÁPOJE

Endcap Birell

Přihlašovatel: Plzeňský Prazdroj, a.s.



Kategorie ALKOHOOLICKÉ NÁPOJE, TABÁK

TULLAMORE KAMPAŇ

Přihlašovatel: Dago s.r.o.



Kategorie HORECA

Pilsnerka

Přihlašovatel: Plzeňský Prazdroj, a.s.



Kategorie POTRAVINY

ENDCAP „COKE AND MEAL“

Přihlašovatel: Dago s.r.o.



Kategorie DROGÉRIE, KOSMETIKA
Vybavení prodejny a kosmetického salónu Sisley Praha
Přihlašovatel: **UNIBON s.r.o.**



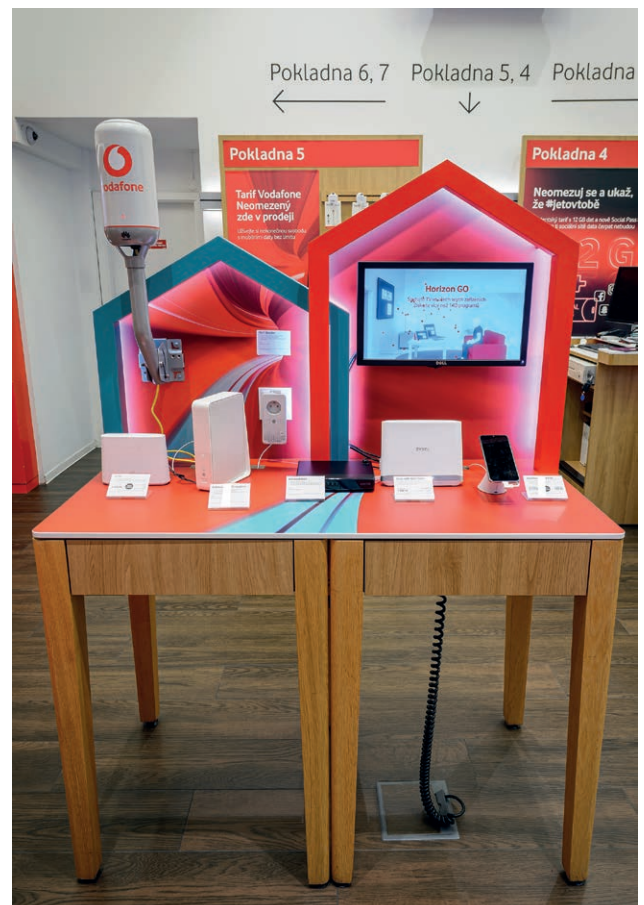
Kategorie PÉČE O ZDRAVÍ
PAMPERS KOLÉBKA
Přihlašovatel: **Dago s.r.o.**



Kategorie DOMÁČÍ POTŘEBY, BYTOVÉ DOPLŇKY, HOBBY
ENDCAP NESCAFÉ DOLCE GUSTO
Přihlašovatel: **Dago s.r.o.**



Kategorie PET FOOD
SUPER ZOO - pet sekce
Přihlašovatel: **MORIS design s.r.o.**



Kategorie SLUŽBY
VODAFONE NABÍDKA POD JEDNOU STŘECHOU
Přihlašovatel: **WELLEN RETAIL EXPERIENCE**



Kategorie **ELEKTRONIKA, IT PRODUKTY**

ENDCAP IQOS

Přihlašovatel: **Dago s.r.o.**

Kategorie

VYBAVENÍ INTERIÉRŮ OBCHODŮ



Prodejní stůl YourTable T.01

Přihlašovatel: **Wanzl spol. s r.o.**



SUPER ZOO - design koncept

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



Kategorie **TEXTIL, SPORT, OBUV, OSOBNÍ POTŘEBY A PŘÍSLUŠENSTVÍ**

Nike Free 5.0 in-store kampaň

Přihlašovatel: **WELLEN RETAIL EXPERIENCE**



Kategorie **SVĚTELNÁ KOMUNIKACE, ORIENTAČNÍ A INFORMAČNÍ SYSTÉMY**

Paletový ostrov Jägermeister

Přihlašovatel: **Dago s.r.o.**



Kategorie

PROSTŘEDKY PRO SLUŽBY PODPORY PRODEJE

Pozvánkový box Campari

Přihlašovatel: **Authentica, s.r.o.**



Kategorie REKLAMNÍ DÁRKY V MÍSTĚ PRODEJE

Dárkový set Campari

Přihlašovatel: Authentica, s.r.o.



Kategorie EKOLOGICKÉ KONCEPCE

Krmelcovník - koncept na bezobalový prodej

Přihlašovatel: THIMM THE HIGHPACK GROUP

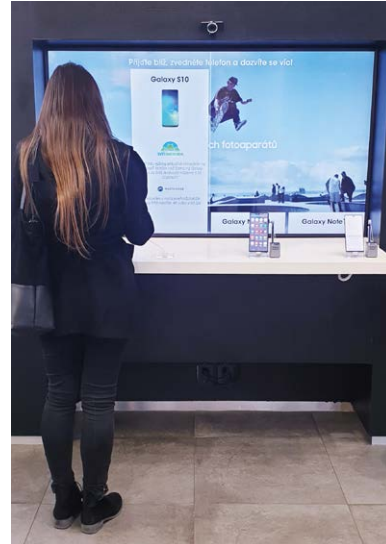


Kategorie INTEGROVANÉ IN-STORE KAMPANĚ

SEMTEX

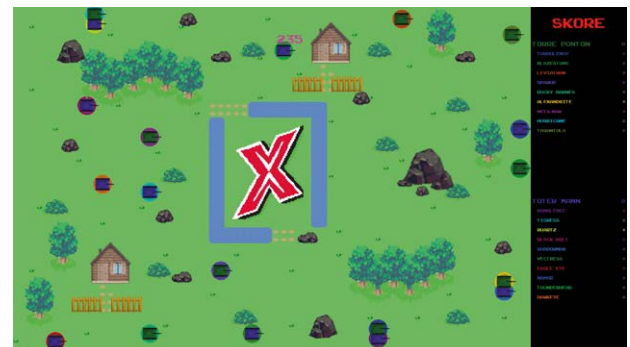
Přihlašovatel: Dago s.r.o.

Kategorie DIGITÁLNÍ KOMUNIKACE



Digital Wall bay pro Samsung Brand Store Chodov

Přihlašovatel: Cheil Czech and Slovak



Excelent Multiplayer Hra

Přihlašovatel: Plzeňský Prazdroj, a.s.



Cena publika

Nadrozměrný půllitr

Přihlašovatel: Sprint Trading s.r.o.



POP AI STUDENT AWARD

POP AI STUDENT AWARD ocenila studentské návrhy komunikace v prodejních místech

Asociace POPAI CE uspořádala již třináctý ročník tohoto úspěšného projektu, který zviditelňuje práce mladých talentů a budoucích profesionálů v oboru marketingové in-store komunikace.

Daniela Krofiánová
General Manager POPAI CE

V soutěži POPAI STUDENT AWARD 2019 představili studenti středních a vysokých škol se specializací na marketingovou komunikaci nové návrhy komunikačních prostředků a kampaní v in-store dle reálných zadání od konkrétních zadavatelů - partnerů soutěže.

Partnery letošního ročníku soutěže byly společnosti:

**Budějovický
Budvar**

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

est. 1991

MANUFAKTURA®

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

JTI

JT International spol. s r.o.

pro kategorii Návrh in-store komunikační kampaně.

3A
COMPOSITES

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



POP AI STUDENT AWARD

Students have presented new projects for points of sale for the thirteenth 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.

Celkem 71 soutěžních prací bylo přihlášeno studenty z těchto škol: Fakulta multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně; Vysoká škola ekonomická v Praze; Střední umělecká škola, Ostrava; Střední škola vizuální tvorby, Hradec Králové; Střední škola mediální grafiky a tisku, Praha a Vyšší odborná škola, Varnsdorf.

Ocenění vítězům soutěže byla slavnostně předána na galavečeru POPAI DAY 2019, který proběhl 21. listopadu 2019 v Kongresovém centru TOP Hotelu Praha.

Oceněné projekty POP AI STUDENT AWARD 2019



LIMITOVANÁ EDICE

Vítěznou práci v kategorii Grafický 2D návrh dle briefu společnosti Budějovický Budvar se stal soutěžní návrh **BUDVAR** od autorky Silvie Jakubkové z Fakulty multimediálních komunikací UTB ve Zlíně.



V kategorii Design POP materiálu dle briefu společnosti Český národní podnik (výrobce a prodejce kosmetické značky MANUFAKTURA) zvítězila soutěžní práce **Manufaktura**, jejímž autorem je Václav Koňařík rovněž z Fakulty multimediálních komunikací UTB ve Zlíně.

Na prvním místě se v kategorii Návrh in-store komunikační kampaně dle briefu společnosti JT International umístila práce **Návrh komunikační kampaně pro Camel Essential**. Autory vítězného návrhu jsou Julie Janáková, Alexandra Grácová, Martin Rampa a Jan Volšík, z Fakulty Mezinárodních vztahů Vysoké školy ekonomické v Praze.

V soutěži byla rovněž udělena zvláštní ocenění.



V kategorii Grafický 2D návrh dle briefu společnosti Budějovický Budvar získala Cenu za kreativitu Kateřina Podoláková z Fakulty multimediálních komunikací UTB ve Zlíně. Tato cena jí byla udělena za tři návrhy: **Jsem Budvar originál**, **Historicky přesný Budvar originál** a **Jsem jedinečný**.



Ve stejné kategorii převzal Cenu sympatie Maxim Čáp z Fakulty multimediálních komunikací UTB ve Zlíně za dva návrhy: **Osmý den Bůh stvořil Budvar** a **Opravdu poctivý ležák**.



Cenu sympatie v kategorii Design POP materiálu dle briefu společnosti Český národní podnik (výrobce a prodejce kosmetické značky MANUFAKTURA) si odnesl Tomáš Palou z Fakulty multimediálních komunikací UTB ve Zlíně za soutěžní návrh **Manufaktura – věnec**.

Hvězda 3D reklamy

Jaké jsou hvězdné novinky 3D reklamního nebe?

Již 19. ročník soutěže Hvězda 3D reklamy je úspěšně za námi. Soutěž s dlouholetou tradicí je přehlídkou novinek z oblasti 3D reklamy a zároveň jedinečným zdrojem inspirace i nových poznatků o našem trhu s reklamními a dárkovými předměty.

Do tohoto ročníku byl přihlášen rekordní počet soutěžních exponátů. V devíti kategoriích soutěžilo celkem 82 předmětů.

Soutěž proběhla pod vedením asociace **POPAI CENTRAL EUROPE** a za podpory partnerů.

reda®

Hlavního partnerství soutěže se ujala společnost **REDA a.s.**

SPEED PRESS +

reklamní a dárkové předměty

Soutěž rovněž podpořila společnost **SPEED PRESS Plus a.s.** jako partner soutěžní kategorie „Reklamní textil“.

MAM
Marketing & Media

Mediálním partnerem soutěže byl časopis **Marketing & Media**.

Slavnostní vyhlášení výsledků soutěže a předání cen proběhlo 21. listopadu 2019 v rámci galavečera **POPAI DAY 2018** v Kongresovém centru TOP Hotelu Praha na pražském Chodově.

Nejvyšší ocenění „Absolutní vítěz soutěže“ získaly hned dva exponáty, a sice **3D piškvorky PF 2019** od pana **Ing. Rostislava Čermáka**, specialisty v oblasti 3D reklamy, který se věnuje individuálním projektům zaměřeným na originální zakázkovou výrobu. Dalším exponátem pak byly **Opavia sušenkové tenisky** od společnosti **PR.Konektor, s.r.o.**



Star of 3D Advertising Competition - the best innovations in 3D advertising

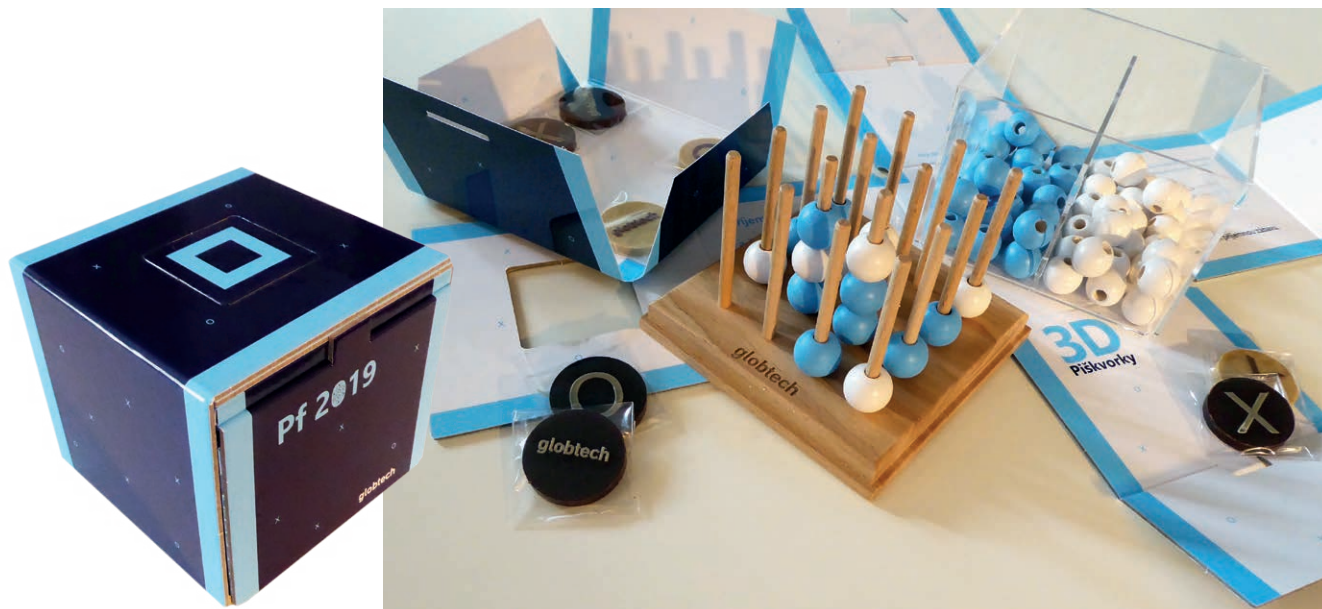
Every year the Star of 3D Advertising Competition presents the most interesting 3D innovations in this segment of our market. This prominent event with a long tradition not only offers a unique demonstration of new promotional and gift items in our country but also inspires and reveals trends in this field. Held for the nineteenth 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.



Letošní ročník soutěže Hvězda 3D reklamy 2020 bude vyhlášen ke dni 29. 5. 2020.

Výsledky soutěže budou slavnostně oznámeny na galavečeru **POPAI DAY 2020**, který se bude konat 26. listopadu 2020 v Kongresovém centru TOP Hotelu Praha na pražském Chodově. Expozice všech soutěžních předmětů Hvězda 3D reklamy 2020 bude součástí celodenního programu akce **POPAI DAY**.

Oceněné exponáty soutěže Hvězda 3D reklamy 2019



Exponát **3D piškvorky PF 2019**, kreativní a mysl rozvíjející vánoční dárek pro vedoucí pracovníky IT oddělení, byl vyroben v barvách zadavatele a doplněn jednak o speciální, pro tento produkt vyvinutý, kryt, který současně slouží jako zásobník hracích kuliček, tak o zakázkově vyrobené čokolády se symboly piškvorek a logem klienta pro doplnění energie manažerů. Dárkový obal obsahuje PF 2019 a také návod ke hře. A jako originální skládáčka zajišťuje ucelený komplet hry a sladkostí.



Opavia sušenkové tenisky využívají motivů polomáčených sušenek, esíček, oplatek a dalších produktů z portfolia Opavia, na které tak rádi všichni vzpomínáme z dětství. Nápad vzešel z průzkumu, dle kterého si zákazníci pojí se značkou Opavia pozitivní emoce a myšlenky na rodinu a dětství. Ve společnosti PR.Konektor měli za úkol vymyslet koncept oslavující mladší generaci a k tomu ještě nalézt pro výrobu partnera, který by používal tradiční postupy, platil za kvalitního výrobce na trhu a svou originalitou zaujal mladší cílovou skupinu. Hledali tradice v moderním kabátu a našli Tikoki, kteří tradiční dizajnové tenisky šijí na starých batovských strojích a nespolupracují s nikým a s ničím, co za sebou nemá příběh. Tenisky se sušenkovým potiskem mají tvar oblíbených sportovních bot, každý pár přitom z výroby vychází jako jedinečný. Jsou z přírodních materiálů, bavlny a kaučuku.



V soutěžní kategorii Reklamní předmět 3. milénia, která podporuje tvorbu individuálního designu studentů, zvítězila práce **SPATŘI** od autorky Simony Martiňákové ze Střední umělecké školy v Ostravě. Reklamní předmět ozdobený Braillovým písmem je prioritně určen handicapovaným, kteří by jej mohli nabízet svým sponzorům, a propojit tak svůj „tmavomodrý svět“ se světem vidomých. V textech se mohou skrývat citáty, přání, loga sponzorů, ... Prezentovaný funkční prototyp nabízí zpříjemnění začátku dne, neboť si jeho majitel při pití ranního čaje přečte úryvek písně, jenž je na hrnku umístěn. V horní části je hrníček zakončen prstencem, je tedy koncipován tak, aby kontakt s ním byl příjemný a přitom bezpečný. Braillovo písmo působí velmi dekorativně, a tak vidomým poslouží jako hezký a vkusný reklamní předmět.



**POPai
FORUM**



**POPai
AWARDS**



**POPai
STUDENT
AWARD**

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.

K významným projektům POPAI CE patří:

- **Kontinuální vzdělávací program - Univerzita POPAI**
- **Průzkumy efektivity nástrojů marketingové komunikace, analýzy nákupního chování, monitoring in-store trhu, analýzy postojů zadavatelů reklamy a maloobchodu k prostředkům in-store komunikace.**
- **POPai DAY**
Mezinárodní soutěž **POPai AWARDS** o nejlepší prostředky komunikace a reklamy v prodejních místech
Konference **POPai FÓRUM** mezinárodní účastí o současných výzvách, potenciálu a budoucnosti místa prodeje
- **Soutěž POPai STUDENT AWARD** o nejlepší studentské návrhy komunikačních projektů v prodejních místech
- **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.
- **Program pro oblast digitální komunikace**
- **Program pro oblast reklamních předmětů**
- **Soutěž Hvězda 3D reklamy**
- **Celoroční informační servis pro členy POPAI CE**
- **Průvodce oborem marketing at retail**
- **Mapa marketingových komunikací**
- **Kalendář tuzemských a zahraničních akcí v oblasti marketingu a retailu**
- **POPai impULSE – pravidelný newsletter o novinkách z retailu**
- **Typologie POP médií**
- **Základní kritéria rentability investic (ROI) do in-store marketingové komunikace**



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.

The major POPAI CE projects are as follows:

- Continuous education programme – POPAI University
- 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.
- POPAI DAY
International **POPAI AWARDS** contest for the best at-retail communication and advertising media
POPAI FORUM – international conference on current challenges, potentials and future of the points of sale
- POPAI STUDENT AWARD contest for the best student designs of in-store communication projects
- Advertisers' club
industry platform connecting advertisers with retail representatives and POP producers,
a year-round program on trends and innovations in retail
- Programme in the field of digital communication
- Programme in the field of gift and promotional items
- Competition Star of 3 dimensional advertising
- Year-round information service for POPAI CE members
- Guide through the marketing at retail industry
- Map of Marketing Communications
- Calendar of domestic and foreign events within the field of marketing and retail
- POPAI impulse - a regular newsletter on news from the in-store area
- Typology of POP media
- Basic criteria of return on investment (ROI) in in-store marketing communication

Členové POPAI CENTRAL EUROPE

POPAI CENTRAL EUROPE members



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



3M Česko spol. s r.o.

V Parku 2343/24, 148 00 Praha 4, Česká republika
kontaktní osoba: Žofia Furiiová
tel.: +36 20 430 7775
e-mail: zofia.furiiova.cw@mmm.com
www.3m.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.vlaci@94minutes.cz
www.94minutes.cz



ACNielsen Czech Republic s.r.o.

City Tower, Hvězdova 1716/2b, 140 78 Praha 4, Česká republika
kontaktní osoba: Andrea Vozníková
tel.: +420 720 547 068
e-mail: andrea.voznikova@nielsen.com
www.nielsen.com



ADLER CZECH A.S.

ADLER Czech, a.s.

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



Let's play retail

Agentura GATE s.r.o.

Dolnoměcholupská 1418/12, 102 00 Praha 10, Česká republika
Kontaktní osoba: Ondřej Novotný
Tel.: + 420 777 581 274
e-mail: ondrej.novotny@agenturagate.cz
www.agenturagate.cz



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



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

Atozretail

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



Authentica, s.r.o.

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



AV MEDIA, a.s.

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



BEL sýry Česko a.s.

Pražská 218, 675 26 Želetava, Česká republika
kontaktní osoba: Tereza Mercelová
tel.: +420 568 409 911
e-mail: info-cz@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



Brand Concept s.r.o.

Zápská 1913, 250 01 Brandýs nad Labem, Česká republika
kontaktní osoba: Ondřej Hruška
tel.: +420 773 618 664
e-mail: hruska@brandconcept.cz
www.brandconcept.cz



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 o **www.budejovickybudvar.cz**



Coca-Cola HBC Česko a Slovensko

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

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



BEAUTY, CELEBRATED & LIBERATED

COTY Česká republika s.r.o.

Na Okraji 335/42, 162 00 Praha 6, Česká republika
kontaktní osoba: Jan Pavliš
tel.: +420 737 222 093
e-mail: Jan_Pavlis@cotyinc.com
www.coty.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, 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[®]

DAGO, s.r.o.

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



Danone a. s.

V parku 2294/2, 148 00 Praha 4 - Chodov,
Česká republika
kontaktní osoba: Kateřina Horová
tel.: +420 721 843 193
e-mail: katerina.horova@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: Igor Kowalski
tel.: +48 511 979 509
e-mail: igor.kowalski@diaminter.com
www.diaminter.com

eclipse.

Eclipse Print a.s.

Přátelství 1615/1a, 104 00 Praha 22 - Uhřetěves,
Česká republika
kontaktní osoba: Mgr. Roman Bezděk
tel.: +420 602 273 133, +420 283 012 555
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
<https://www.quantretail.cz>



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



Fakulta masmediálnej komunikácie

Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Nám. J. Herdu 2, 917 01 Trnava, Slovensko
kontaktní osoba: PhDr. Daniela Kollárová, PhD.
tel.: +421 33 55 65 424
e-mail: daniela.kollarova@ucm.sk
www.fmk.sk



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 1720/123, 140 21 Praha 4,
Česká republika
kontaktní osoba: Sandra Horská
tel.: +420 224 557 937
e-mail: sandra.horska@generaliceska.cz
www.generaliceska.cz



GfK Czech, s.r.o.

Na Hřebenech II 1718/10, 140 00 Praha 4,
Česká republika
tel.: +420 296 555 111 • e-mail: cz@gfk.com
www.gfk.com/cz



Globus ČR, v.o.s.

Kostecká 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



HIT CZ s.r.o. - Poděbradská papírna

U Bažantnice 983, 290 01, Poděbrady,
Česká republika
Kontaktní osoba: Markéta Spáčilová, Jakub Jaksch
Tel.: 734 432 981, 731 502 045
e-mail: m.spacilova@hitcz.cz, jaksch@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 Germany GmbH,
organizační složka ("Czech Branch")**

V Parku 2308/8, 148 00 Praha 4, Česká republika
kontaktní osoba: Jana Kurialová
tel.: +420 773 382 093 • e-mail: j.kurialova@cheil.com
www.cheil.com



A Brambles Company

CHEP CZ, s.r.o.

Karla Engliša 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 Babůrková

tel.: + 420 222 780 392

e-mail: baburkova@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, Radek Fiala

tel.: +420 602 132 104 • e-mail: radek.fiala@imi.cz

www.imi.cz

**IMPERIAL
BRANDS****Imperial Brands**

Karla Engliš 6, 150 00 Praha 5, Česká republika

kontaktní osoba: Martin Marek

tel.: +420 724 616 938

e-mail: martin.marek@cz.imptob.com

https://www.imperialbrands.cz/

**iNET Solutions s.r.o.**

Hostivařská 92/6, 102 00 Praha 10 - Hostivař,

Česká republika

kontaktní osoba: Přemysl Piska

tel.: + 420 602 348 973 • e-mail: piska@inetprint.cz

www.inetprint.cz

**Jansen Display s.r.o.**

**Od května budeme vystupovat pod novým
jménem Showdown Displays Europe.**

403 17 Přestanov 5, Česká republika

kontaktní osoba: Jiří Hubka

tel.: +420 224 817 477

e-mail: info@jansen-display.cz

www.jansen-display.cz

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

Na Pankráci 1683/127, 140 00 Praha 4,
Česká republika

kontaktní osoba: Jan Vochomůrka

tel.: +420 221 416 750, +420 724 460 012

e-mail: jan.vochomurka@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: Tereza Kolářová

tel.: +420 606 077 256

e-mail: Tereza.KOLAROVA@loreal.com

www.loreal.cz

**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



Mattoni 1873

Voctářova 2497/18, 180 00 Praha 8, Česká republika
kontaktní osoba: Edita Mourečková, Jana Bílková
tel.: +420 257 107 611
e-mail: edita.moureckova@mattoni.cz,
jana.bilkova@mattoni.cz
www.kmv.cz



MBG, spol. s r.o.

Sadová 2323/4, 789 01 Zábřeh,
Česká republika
kontaktní osoba: Jiří Krňávek
tel.: + 420 731 444 452
e-mail: jiri.krnavek@mbg.cz
www.mbg.cz



Mondelez Czech Republic s.r.o.

Karolinská 661/4, 186 00 Praha 8,
Česká republika
kontaktní osoba: Václav Vršinský
tel.: +420 296 380 105, +420 602 204 595
e-mail: vaclav.vrsinsky@mdlz.com
www.mondelezinternational.com



MOBILESYSTEM

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 s.r.o.

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



NERA DISPLAYS, s.r.o.

Kaštanová 467/125, 620 00 Brno – Brněnské
Ivanovice, Česká republika
kontaktní osoba: Ing. Pavel Matoušek
tel.: +420 722 075 171
e-mail: matousek@neradisplays.cz
www.neradisplays.cz



Neschen Coating GmbH

Hans-Neschen-Straße 1, 316 75 Bückeburg,
Německo
Kontaktní osoba: Richard Bachora
tel.: +49 172 519 48 9 • 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.omid.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 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

**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 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, a.s.**

U Prazdroje 7, 304 97 Plzeň,
Česká republika
kontaktní osoba: Karel Kraus
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: Michaela Urbanová
tel.: +420 733 350 272
e-mail: urbanova@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, Jiří Dubják
tel.: +420 222 922 040
e-mail: javorska@prescogroup.cz, dubjak@pg.cz
www.presco.cz

PROST orientační systémy s.r.o.

PROST - orientační systémy s.r.o.

Dlážděná 7, 552 11 Velichovky,
Česká republika
kontaktní osoba: Karel Brendl
tel.: +420 491 880 161
e-mail: prost@prost.cz
www.prost.cz

Quo[®]

Quo s. r. o.

Křížíkova 2158, 256 01 Benešov,
Česká republika
kontaktní osoba: Jaroslav Opiš ml.
tel.: +420 737 797 111
e-mail: jaroslav.opris.ml@quo.eu
www.quo.eu

reda[®]

REDA a.s.

Hviezdoslavova 55d, 627 00 Brno,
Česká republika
kontaktní osoba: Alžběta Czakoová
tel.: +420 548 131 111, +420 800 13 13 13
e-mail: alzbeta.czakoova@reda.cz
www.reda.cz

Red Bull

Red Bull Česká republika s.r.o.

Nad Paťankou 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[®]

REPRESS, spol. s r.o.

Plučárna 3594/10, 695 01 Hodonín, Česká republika
kontaktní osoba: Milan Jeřábek
tel.: +420 518 341 700, +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 REKLAMA A INSTALACE

REXY s.r.o.

Stroupežnického 30, 150 00 Praha 5, Česká republika
kontaktní osoba: Yeji Yi
tel.: +420 734 677 694 • e-mail: rexy@rexy.cz
www.rexy.cz

Ross[®]

SVETELNÁ 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

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

SÁRA, s.r.o.

SÍDLO SPOLEČNOSTI:
Podnásepni 450/1a, 602 00 Brno, Česká republika
PRODEJNÍ KANCELÁŘ:
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

sittardia

Sittardia s.r.o.

Zeyerova 1456, 438 01 Žatec, Česká republika
kontaktní osoba: Tomáš Vízner
tel.: +420 602 118 810
e-mail: tomas.vizner@sittardia.cz
www.sittardia.cz



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



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



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

Store Media CZ, s.r.o.

Kryštofova 101/7, 140 00 Praha 4 - Háje,
Česká republika
kontaktní osoba: Jitka Hánová
tel.: + 420 731 240 476
e-mail: hanova@storemedia.eu
www.storemedia.cz



Svitap J.H.J. spol. s r.o.

Kijevská 423/8, 568 02 Svitavy, Česká republika
kontaktní osoba: Mgr. Monika Vinklerová
tel.: +461 568 166, +420 605 700 601
email: vinklerova@svitap.eu
www.svitap.cz



THIMM pack'n'display

U nádraží 498, 277 16 Všetaty, Česká republika
kontaktní osoba: Leoš Máslo
tel.: +420 602 247 103 • email: 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 Láňa
tel.: +420 724 340 753, +420 461 613 313,
+420 461 613 112
e-mail: ladislav.lana@umdasch.com
www.umdasch.com/cz/



up brand activation, s.r.o.

Porážka 206/4, 602 00 Brno, Česká republika
kontaktní osoby: Mojmir Špalek,
Andrea Grossmannová
tel.: +420 543 237 293
e-mail: mojmir.spalek@upagency.cz,
andrea.grossmannova@upagency.cz
www.upba.cz



Upfield ČR, spol. s r.o.

Karla Engliš 3201/6, 150 00 Praha 5,
Česká republika
kontaktní osoba: Michala Kadlecová
tel.: +420 770 189 089
e-mail: Michala.Kadlecova@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



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

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
RETAIL
EXPERIENCE

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
REKLAMNÍ AGENTURA

YASHICA s.r.o.

Žďárského 186, 674 01 Třebíč, Česká republika
kontaktní osoba: Miroslav Křivánek
tel.: +420 606 505 332
e-mail: krivanek@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 výrobami po celé Evropě (i v Čechách), naše výrobky se uplatňují v průmyslu, designu, stavebnictví...

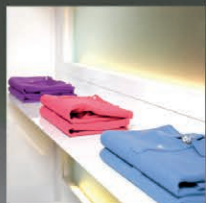
Používají se v při digitálním tisku, sítotisku, obložení budov, výrobě nápisů a log, výstavnictví, při výrobě světelných, nábytku, zasklení, zakrytí střeš, bazénů, výrobě POS/POP, vybavení obchodů, při tvorbě vnitřního designu....



SHOP DESIGN. SHOPFRONTS. NÁBYTKÁŘSTVÍ.



CORPORATE IDENTITY. EVENTMARKETING.



VELETRŽNICTVÍ. OBCHODNÍ A BYTOVÁ VÝSTAVBA.

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!

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





3M™ Envision™ Grafická fólie 48C Přirozeně univerzální.

Grafická fólie 3M™ Envision™ 48C je nejuniverzálnější fólií střední jakosti bez PVC na trhu.

- Přizpůsobivá: k použití v interiéru i exteriéru, na stěny, okna, podlahy, jako částečný polep vozidel a mnohem více
- Nejlepší ve své třídě
- 100% kompatibilita s tiskárnami
- Certifikace nehořlavosti
- Vysoce trvanlivá vůči poškrábání a UV záření
- Rychlá a snadná instalace, rychlejší odstranění
- Zelenější řešení bez PVC za přijatelnou cenu

3M Česko spol. s r.o.

3M je přední globální technologická společnost se sídlem v St. Paul v USA. Již déle než 100 let vyvíjíme inovativní výrobky a řešení pro průmysl, dopravu, energetiku a telekomunikace, bezpečnost, zdravotnictví, kancelář a domácnost. Diversifikované portfolio 3M zahrnuje přes 50 tisíc výrobků.

Všechny výrobky spojuje jedna vlastnost – v daném odvětví představují inovativní řešení, které kromě důmyslnosti a efektivity podporuje udržitelnost, bezpečnost a zdraví lidí. Výrobky 3M jsou nabízeny například pod značkami Scotch™, Scotchcal™, Post-it®, VHB™, Cubitron™, Thinsulate™, Peltor™, Speedglas™ a dalšími.

www.3m.cz

Sledujte nás



94 Minutes s.r.o.

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 eshopu 94 Minutes <http://eshop.94minutes.cz/> lze nalézt nabídku více než 8000 reklamních, značkových a designových 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

Reference:

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

www.94minutes.cz

Novinky:

Zvítězili jsme v soutěži



HVĚZDA
3D REKLAMY
2019

v kategorii Aplikace motivu na 3DR s našimi Dotony Vodafone.

Oslavte letos s Dotonem  100 let české vlajky.

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 své pocity, tužby, příslušnost k firmě, značce, fandovství sp. klubu, maturitní třídy a nebo si ho jen vzít na ozdobu.



Adresa společnosti: Bohunická 81, Brno 619 00

Pobočka Praha: Drobná 5, Praha 102 00



ADLER

CZECH A.S.

ADLER Czech, a.s.

www.adler.info

Společnost ADLER Czech, a.s. se sídlem v Ústí nad Labem patří mezi přední evropské dodavatele značkového reklamního textilu a také pracovních oděvů. Charakter obchodního modelu firmy je B2B založený na e-shopu, dostatečných skladových zásobách, rychlé logistice a dokonalých zákaznických službách. Jako přední hráč v daném sortimentu se značkami MALFINI, MALFINI Premium a Piccolio, které doplňují pracovní oděvy RIMECK a bezpečnostní obuv společnosti Bata Industrials, působí firma už v 25 zemích Evropy. Tržby ve výši 1,1 miliardy korun jsou výsledkem práce 250 zaměstnanců. Moderní, plně automatizovaný sklad v Ostravě disponuje denní kapacitou více než 25 milionů kusů reklamního textilu. Dodávky na klíčové trhy okolních států jsou realizovány do 24 hodin. Všechny produkty společnosti ADLER podléhají přísným zkušebním testům a nesou světově uznávanou pečť kvality OEKO-TEX Standard 100.

20 let

ADLERU



20th
anniversary

Už 20 let oblékáme Evropu do našeho reklamního textilu. Od roku 1999, kdy společnost ADLER vznikla, rosteme ve všech směrech. Vstupujeme na zahraniční trhy; vyvíjíme a představujeme nové produkty i značky; neustále rozšiřujeme portfolio a investujeme do moderních technologií. To všechno v souladu s udržitelným rozvojem.

Náš cíl zůstává stále stejný: Nabízet zákazníkům kvalitní reklamní a pracovní textil a postupně se stát jeho největším distributorem i výrobcem ve střední Evropě. Nezapomínáme, že taková cesta vyžaduje velké úsilí a zároveň ohleduplnost a úctu k našim partnerům i okolnímu prostředí.

Jsmo připraveni na sobě dál pracovat a těší nás, že jste u toho s námi!

adler.info



320

ZAMĚSTNANCŮ



400

PRODUKTŮ
V NABÍDCE



18 mil.

KS TEXTILU PRODÁNO
ZA ROK



410

KONTEJNERŮ
NASKLADNĚNO
ZA ROK



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**

TĚŠTE SE! NOVÝ, ČERSTVÝ ALBERT

MODERNIZUJEME STÁLE
VÍCE PRODEJEN



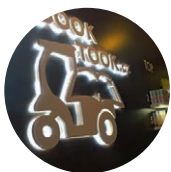
albert
STOJÍ ZA TO JÍST LÉPE

OVOCE A ZELENINA
Tržnice
— U ALBERTA —

ALBERTO
Pekař
VŠECH ČERSTVÝCH NÁM

ASTRON print, s. r. o.

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 podnikem 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. Díky masivním investicím do nejmodernějších technologií se společnost **ASTRON print, s. r. o.** daří udržovat pozici lídra v oboru, který je skvěle připraven na všechny technologické výzvy budoucnosti.



1

Výroba POS/POP produktů, kartonáží, světelné reklamy, 3D produktů z kovu i plastu.



2

Velká kapacita v potisku bannerů, plastů, desek, lepenek a dalších materiálů.

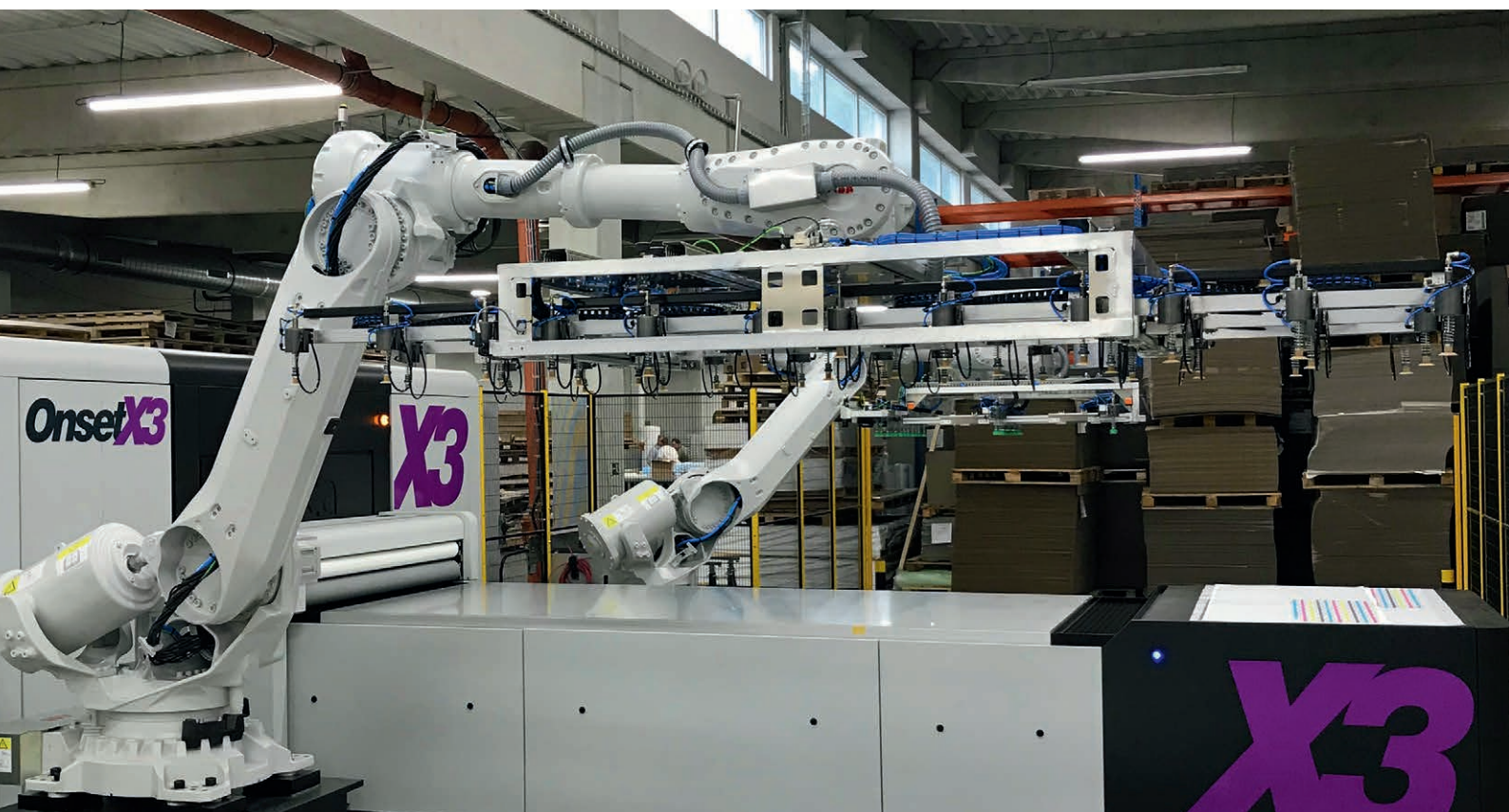


3

Sublimační potisk textilu s velkokapacitním ořezem a automatickým šicím strojem.

INCA ONSET X3

Novinka 2020, potisk lepenky a kartonu v nejvyšším rozlišení. Díky robotickému zakládání a vykládání materiálu je výkon 1500 m²/h.



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 kongresy pro český i slovenský tradiční trh **Samoška**, kongres pro provozovatele čerpacích stanic Čerpačka a letní párty **Retail Business Mixer**.



1x za týden
elektronický
newsletter

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



AUTHENTICA, S.R.O.
LAZARETNÍ 7, 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 15 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.

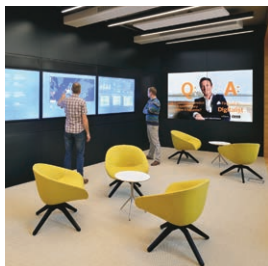
REFERENCE

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



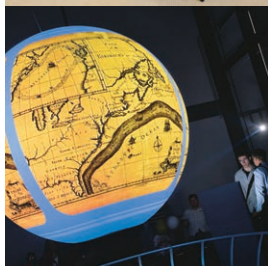
GLOBAL
POS
IN-STORE
DECORATION
RETAIL
PARTNER

Inspirujeme sebe i naše zákazníky



Příběh AV MEDIA začal roku 1992, kdy jsme se z malé firmy stali špičkou v oblasti prezentací a audiovizuální techniky. Audiovizuální techniku jsme chtěli nabízet podnikům, státním institucím, školám od mateřské až po vysokou. V našich představách neexistoval zákazník, který by naše produkty nepotřeboval. Naše nadšení neznalo mezí.

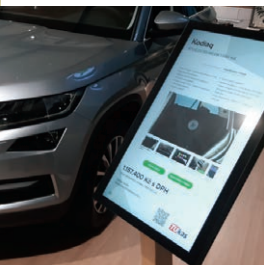
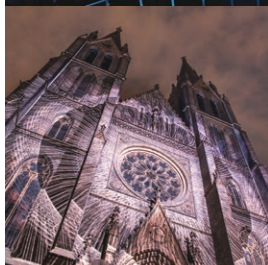
Dnes nabízíme audiovizuální techniku v osmi segmentech. Stali jsme se lídrem v rentalových službách a přinášíme zákazníkům i výjimečná řešení v oblasti Digital Signage. Usilujeme o nadšené zákazníky a dlouhodobá partnerství.



Inspirujeme sebe i naše zákazníky, testujeme novinky, sledujeme trendy, hledáme nové scénáře a příběhy, ale hlavně se snažíme neustále naši inspiraci předávat dál a ukazovat zákazníkům nové originální možnosti.

Děláme práci, kterou máme rádi a která nám dodává novou energii.

Naším posláním je, aby zákazníci s radostí využívali navržené audiovizuální a Digital Signage novinky.



Pokud na konci zakázky stojí nadšený zákazník, který naši práci doporučuje, víme, že se úkol povedl.



Přinášíme inspiraci, užitek i radost

Vaše projekty nás baví. Proto je naší ambicí přinášet zákazníkům výjimečná řešení. Měníme atraktivitu prodejního místa, pomáháme majitelům a provozovatelům s tím, jak smyslně využít digitální obsah.

Realizace Glance Media, člen skupiny AV MEDIA

 **GLANCE MEDIA**

www.glancemedia.cz

REKLAMNÍ MÉDIUM CINEXPRESS V MULTIKINECH CINESTAR

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



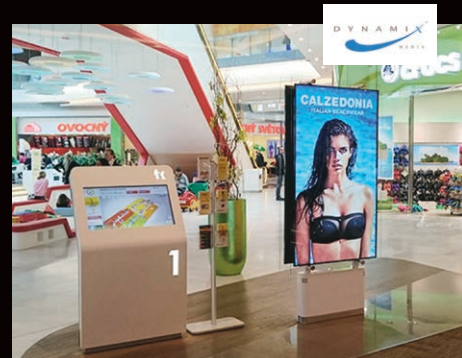
REKLAMNÍ MÉDIUM GECO

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 podařilo 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 ohleduplné vůči půdě, vodním zdrojům a ovzduší. Naším závazkem je inovovat celý proces rostlinné výroby, který začíná na poli a končí na talíři.

Jsme průkopníci 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 kdekoli.

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

zodpovědně a s úsměvem


BRAND CONCEPT

www.brandconcept.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, 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®



MAX FACTOR X



adidas



RIMMEL LONDON



bruno banani
NOT FOR EVERYBODY



COTY

BEAUTY, CELEBRATED & LIBERATED

www.coty.com



BOURJOIS
PARIS



DAVID
BECKHAM



miss sporty



007™



Sally Hansen



WELLA



Název společnosti:

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

Kontaktní osoba:



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

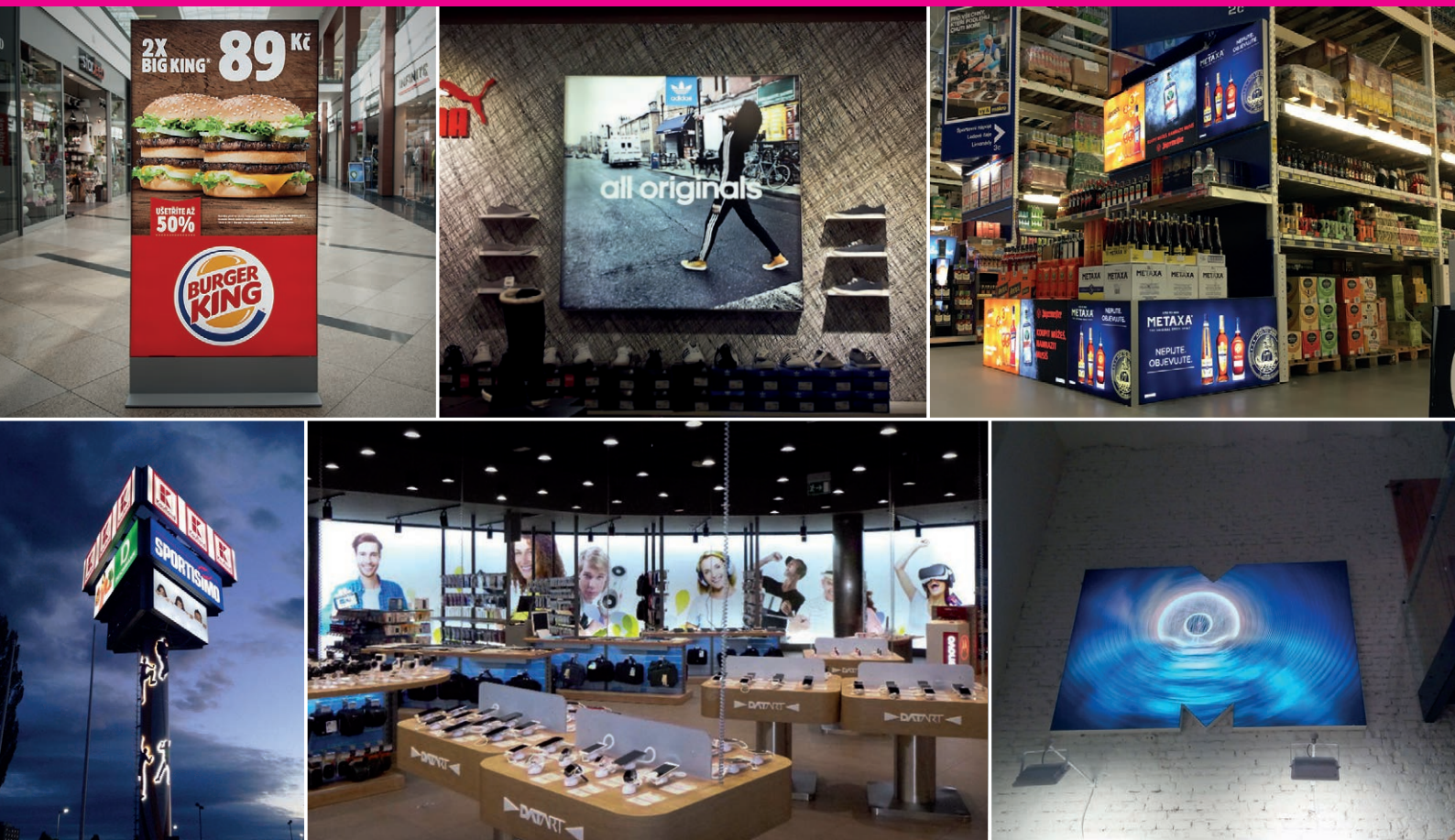
Odkaz na webové stránky:

www.promotion.cz, www.chytreramy.cz

Charakteristika společnosti:

Czech promotion systems s.r.o. je lídrem ve vizuální komunikaci a výrobě světelných a nesevlných 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. - Manufaktura

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 vrací.

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.



est. 1991

MANUFAKTURA

*Inspirováno
přírodou.*



*Tvořeno
s láskou.*



*Vyrobeno
v Česku...*

WWW.MANUFAKTURA.CZ

DAGO s. r. o.

Jsmo 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.

**ROZUMÍME
NÁKUPNÍMU
ROZHODOVÁNÍ**

**VYTVÁŘÍME
LEPŠÍ MÍSTA PRODEJE**

**POMÁHÁME
LÉPE PRODAT**



**Absolutní vítěz
POPAI CE
Awards 2019**



**POP MÉDIUM MŮŽE
PODPOROVAT PRODEJ
I BUDOVA ZNAČKU**

www.dago.cz





DANONE
ONE PLANET. ONE HEALTH

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.

Actiměl®

Danio

Danette

DANONE
KOSTÍCI

bifidus actiregularis
ACTIVIA

Fantasia

DANONE
OIKOS

enjoy plant power
alpro



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





► 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



my vyrábíme stojany.

od první myšlenky až po distribuci na místo určení
sami, svými pracovníky na svých strojích

navrhujeme řešení dle vašich potřeb

zkonstruujeme design a připravíme 3D vizualizace

vymodelujeme reálné prototypy včetně grafiky

vyzkoušíme nosnost stojanů, provedeme transportní testy

vytiskneme ofsetem, digitálně nebo sítotiskem

zušlechtneme lakem, UV lakem, parciálním lakem, laminací

vynobíme vlnitou lepenku, nakaširujeme, vysekáme, vyřežeme,
vyfrézujeme, vylaserujeme, slepíme, sestavíme

naplníme vašimi výrobky

zabalíme pro bezpečnou přepravu

uskladníme v našem logistickém centru

rozešleme do skladů nebo až na finální místa

eclipse.

www.eclipse-print.com/pos



ExTech s.r.o.

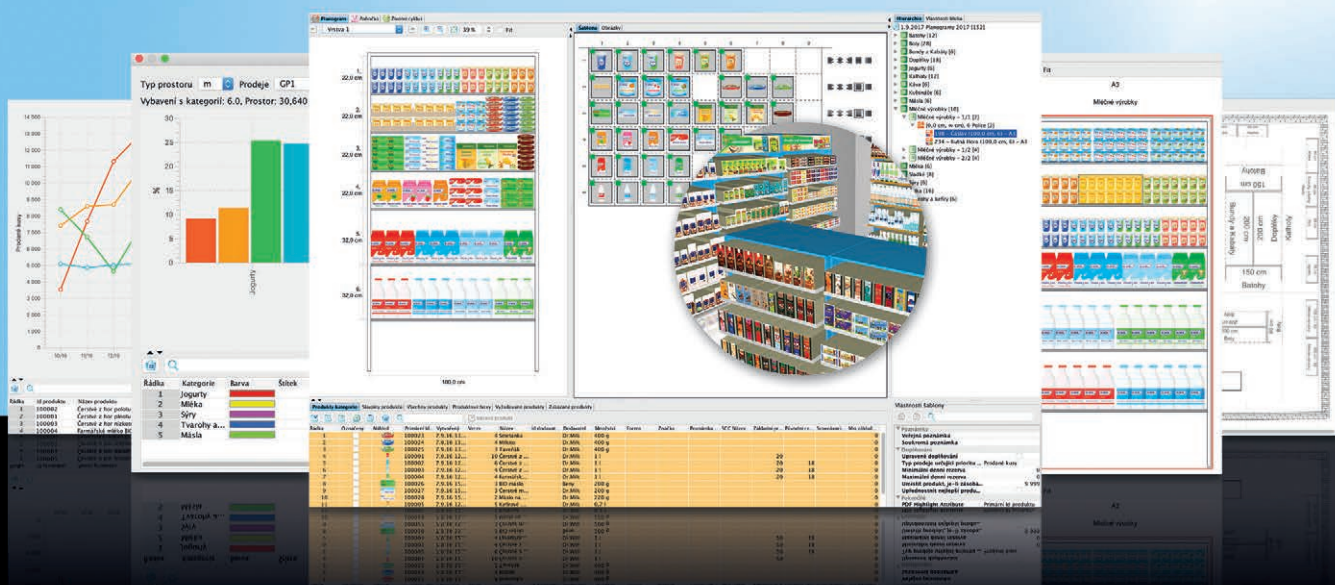
www.extech.eu

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 prodejních, 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



Profesionální Space & Category Management



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 nejvýkonnější 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

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 mäkké 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 a European Journal of Media, Art and Photography indexovaných v databáze Web of Science.

www.fmk.sk



„Baví nás vyvolávat emoce.“

Emotions to your
brand and place

easy AROMA

easy TV

easy MUSIC



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.

JSME

GENERALI ČESKÁ POJIŠŤOVNA



JEDNIČKA NA ČESKÉM TRHU



GENERALI
ČESKÁ POJIŠŤOVNA



GfK Czech, s.r.o.

www.gfk.com/cz

GfK je přední mezinárodní společností zaměřenou na výzkum trhu, která do tohoto oboru a jeho inovací investuje již více než 80 let. V České republice patří GfK k nejvýznamnějším poskytovatelům komplexních služeb v oblasti výzkumu trhu, marketingových analýz, včetně konzultačního a poradenského servisu pro zákazníky z oblasti průmyslu, obchodu, médií a technologií a pro poskytovatele služeb, ze soukromého i veřejného sektoru, a to již od roku 1991.

Tým GfK Shopper & Retail se nákupnímu chování věnuje přes 20 let a stejnou dobu funguje systém každoročního trackingu nákupního chování pro různé obchodní segmenty: klasický širokosortimentní retail (Shopping Monitor, Shopper Typology, Shopping Triggers), online (FMCG e-Shopping), drogerii, DIY, kosmetiku, sport, elektro, módu, čerpací stanice a další. Druhým nosným programem v oblasti shopper jsou nástroje pro měření nákupního chování a rozhodování na místě prodeje. Cílem je zvýšení efektivity kategorie i prodejny, uspořádání kategorií na regále i na celé prodejní ploše, optimalizace POS komunikace, zvýšení efektivity druhotných vystavení a promočních letáků. V této oblasti GfK každoročně investuje do rozvoje nových technologií pro měření nákupního chování. Řada používaných nástrojů je tak jedinečná nejen v českém, ale i v evropském kontextu.

Společnost GfK také disponuje unikátním spotřebitelským panelem v České republice a na Slovensku. Touto metodou umí komplexně a kontinuálně monitorovat, jak se chovají spotřebitelé v obou zemích. Monitorování probíhá metodou GfK InHome Scanning, která jako jediná v zemi zajišťuje komplexní sledování celého nákupního košíku

FMCG trhu, pokrytí všech distribučních kanálů konzistentně, vysokou kvalitou a rychlost, s níž jsou data získávána k další analýze.

GfK je vlastníkem největšího maloobchodního panelu pro technické spotřební zboží na světě, který zahrnuje zhruba 500 000 prodejen a 10 000 internetových obchodů. Zkoumáme, co se prodává, kde a kdy, zjišťujeme, jaké mají produkty našich zákazníků místo na trhu se spotřebním zbožím. Tento panel je určen pro výrobce a retailery, od makro pohledu až po úroveň jednotlivých modelů, na měsíční a dokonce až na týdenní bázi, a to za tradiční i internetový prodej.

Mezi další služby patřící do portfolia GfK spadá také komplexní výzkum značky a komunikace, zákaznické zkušenosti, tržních trendů a segmentace.

Kontaktní osoba:

Andrea Patočková
andrea.patockova@gfk.com
+420 737 263 113

Studie věnující se motivátorům nakupujících Shopping Triggers ČR&SR



Studie Shopping Triggers umožňuje identifikování a aktivní práci s motivátory a bariérami nákupu v jednotlivých řetězcích a prodejnách, identifikaci příležitostí v distribučních kanálech a řetězcích (moderní trh, tradiční trh a specialisté na potraviny, drogistické řetězce, lékárenské řetězce).

- » Síla řetězce na trhu
- » Typické nákupní mise v prodejně
- » Silné, profilační kategorie prodejny
- » Silné stránky a slabiny prodejny očima nakupujících
- » Identifikace hlavních konkurentů prodejny
- » Efektivita komunikace prodejny
- » Profil nakupujícího v prodejně
- » Rozsah ztracené příležitosti pro prodejnu
- » Bariéry, které odrazují od nákupu v prodejně

PRO VÍCE INFORMACÍ NÁS PROSÍM KONTAKTUJTE

Pavel Cabal | pavel.cabal@gfk.com | +420 251 117 549
nebo navštivte www.gfk.com/cz





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 jejíž největším výhodám patří úspora času a rychlé odbavení bez čekání u pokladny.

Více informací na www.globus.cz.



V KAŽDÉM HYPERMARKETU MÁME SVÉ VLASTNÍ VÝROBY



PEKAŘSTVÍ



ŘEZNICTVÍ



RESTAURACE



**Poctivá výroba Globus znamená vždy čerstvé a kvalitní výrobky,
které denně vyrábíme v každém hypermarketu.**

www.globus.cz



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.





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, visáčky, 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



PULTOVÉ STOJÁNKY



PALETOVÉ DEKORACE



KRABICE A OBALY



REKLAMNÍ TÁCKY



POUTAČE



BARKETY



ŠANONY



DESKY



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



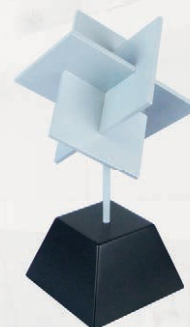
PACKAGING



TRANSPORT



SERVICE



Display Superstar
2019

WWW.HORMA.CZ



Cheil

Cheil Czech and Slovak

www.cheil.com



REDEFINING THE WAYS PEOPLE CONNECT WITH BRANDS



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: +420 222 814 411

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 rožkové výrobky a karamely) a Verbena (bylinkové furé).



je jen jedna

to nejlepší

z reklamních předmětů

má imi partner

 kreativně

 rychle

 spolehlivě



 imi partner

www.imi.cz



Imperial Tobacco CR, s. r. o.

Adresa společnosti: Radlická 3201/14, Smíchov, 150 00 Praha

Telefon: +420 296 541 111

E-mail: info@cz.imptob.com

Webové stránky: www.imperialbrands.cz

Společnost Imperial Tobacco CR, s. r. o. patří mezi přední distributory tabákových výrobků na českém trhu, kde působí již téměř 30 let. Je součástí mezinárodní skupiny Imperial Brands PLC, která zaměstnává více než 30.000 zaměstnanců ve 160 zemích světa. Do portfolia značek Imperial Tobacco patří např. cigarety Davidoff, West, P&S, Gauloises a nově také produkty nové generace blu a zoneX.

Našich 120 zaměstnanců můžeme rozdělit na centrálu sídlící v Praze na Andělu a lokální zastoupení působící po celé republice. Již třikrát naše společnost získala prestižní ocenění TOP EMPLOYER Czech Republic a TOP EMPLOYER Europe.

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

Jansen Display s.r.o.

www.jansen-display.cz

Pomocí našich výrobků pomáháme našim klientům v prezentaci služeb i nabídek již 24 let. Od roku 2019 vám nabízíme nové unikátní kompletní řešení. Vyrobíme a dodáme vám reklamní poutače včetně vložených profesionálně vytištěných materiálů. Vaše produkty tak budou připravené k okamžitému použití.

Na trh s reklamními nosiči dlouhodobě přinášíme zákaznickou přidanou hodnotu v bezkonkurenčních lhůtách doručení zboží, výrobní flexibilitě i možností okamžité výroby individuálních projektů na zakázku. Prvotřídní výrobní i designová kvalita je pro nás naprostým standardem stejně jako vysoká úroveň zákaznické spokojenosti.

PROFESIONÁLNÍ TISK | KLAPRÁMY | ÁČKA | VITRÍNY | NÁSTĚNKY | DIGITÁLNÍ STOJANY

Kompletní tiskové řešení





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

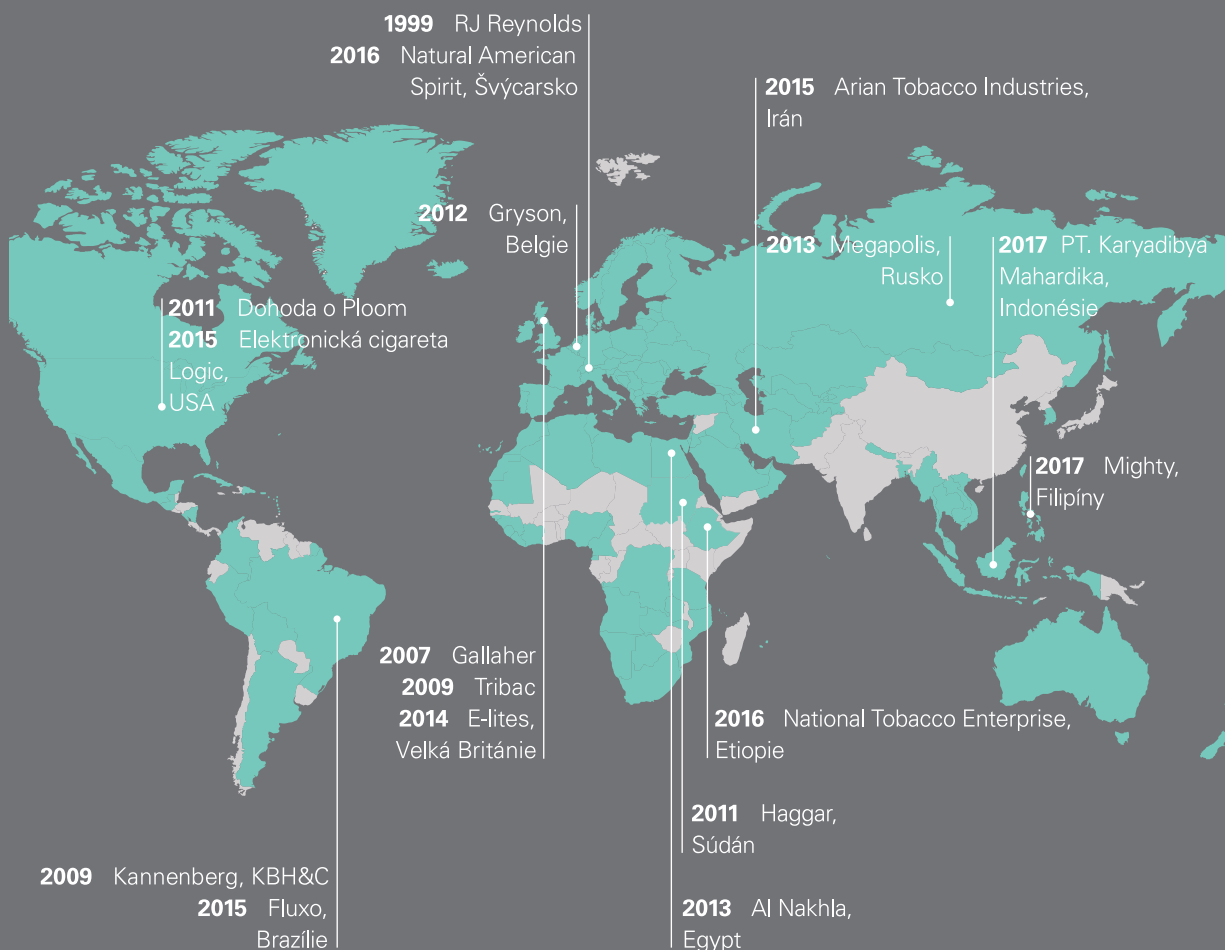
Naše světově proslulé značky tvoří více než 72 % našich prodejů tabákových výrobků.



Produkty se sníženým rizikem

Díky dvěma předním mezinárodním značkám jsme se stali celosvětovým hráčem na trhu s elektronickými cigaretami a zahříványi 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



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 CHOVÁJÍ
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. | dunnhumby 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.

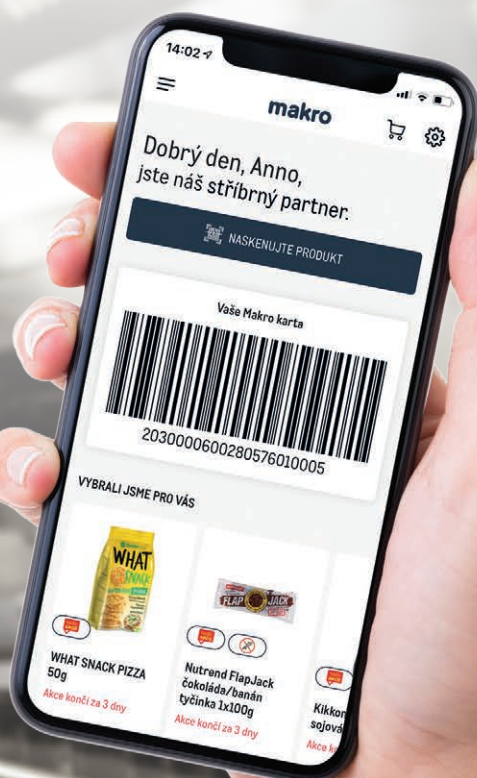
V České republice patří do sítě Makro Cash & Carry ČR třináct velkoobchodních center. Tato centra jsou zaměřena na velkoobchodní prodej širokého sortimentu potravinářského i nepotravinářského spotřebního zboží registrovaným podnikatelům, obchodníkům a dalším subjektům jako jsou nemocnice, školy, orgány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



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



Mattoni 1873

www.kmv.cz

Společnost Mattoni 1873 je největším výrobcem minerálních a pramenitých vod v České republice. V současné době stáčí minerální a pramenité vody značek Mattoni, Magnesia a Aquila, které vyváží do více než 20 zemí světa.



Šetrná k přírodě,
nezaměnitelná v chuti.

50 % recyklovaného plastu



JSME EVROPSKÝM DODAVATELEM VYBAVENÍ INTERIÉRŮ PRODEJEN

Charakteristika společnosti:

Společnost MBG se řadí mezi významné dodavatele vybavení interiérů prodejen, shopů čerpacích stanic, drogerií, lékáren a lékařských prostor, kanceláří a restaurací minipivovarů.

Od svého vzniku v roce 1993 prochází firma vývojem, který postupně měnil malou obchodní firmu na výrobně-obchodní organizaci. Dnes je těžiště činnosti v poskytování komplexních služeb s cílem nabídnout zákazníkovi řešení, které mu bude plně vyhovovat a odpovídat požadavkům a trendům stále náročnějšího maloobchodního trhu.

Svým zákazníkům společnost nabízí:

-  NÁVRH & DESIGN
-  ŘÍZENÍ PROJEKTU & VZOROVÁNÍ
-  VÝROBA & KOMPLETACE
-  SKLADOVÁNÍ & ROLL-OUT
-  MONTÁŽ & SERVIS



www.mbg.cz



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. Značka Opavia přitom v letošním roce oslaví již 180leté výročí, které se datuje až do roku 1840, kdy byla v Opavě založena firma Fiedor vyrábějící cukrové oplatky.



Tmavá mléčná čokoláda Milka



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

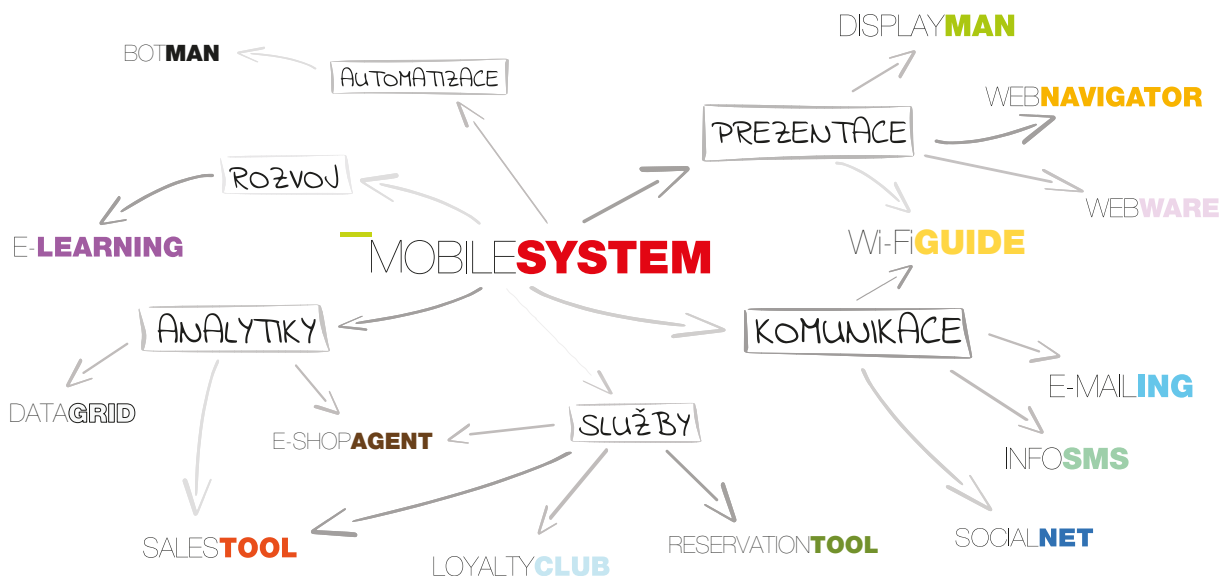


Charakteristika společnosti:

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

D E S I G N

MORIS design s.r.o.

www.moris.cz

MORIS design je výrobní firmou s přesahem do marketingu, designu a řešení prodejních strategií.

Disponujeme dostatečnou kapacitou, zkušenostmi a zázemím. Máme vlastní vývojové oddělení, design, TPV, výrobu a servisní týmy po celé ČR. Nejsme agentura, proto neplatíte nic navíc.

Jsmo velice flexibilní. Naše výroba je ve stejném objektu, a proto rychle reagujeme na změny a požadavky klienta při vývoji nebo při výrobě.

Vyhráli jsme přes 45 mezinárodních ocenění.

Reference:

In-store design

O2 Future Shop, CK Fischer, Teta, Teta lékárny, Banka Creditas, Optiscont, Highland sport

POS & Stojany

Dermacol, Gabriela Salvete, T-Mobile, Panasonic, Revlon, Tchibo, Fortuna, FAB, Primalex, Moët & Chandon, Hamé



MORIS design s.r.o.

Pod Stárkou 33

140 00 Praha 4 - Michle

t: + 420 222 512 231

m: + 420 724 075 630

e: moris@moris.cz

www.moris.cz

Firma NERA DISPLAYS je přední český výrobce produktů na podporu prodeje, vybavení retailových prodejen a stojanů POP a POS. Firma je na trhu již od roku 1988 a má dlouholeté zkušenosti s velkými projekty pro především velké potravinové retailové řetězce. Výrobky společnosti NERA DISPLAYS najdete u zákazníků po celé Evropě. Mezi dlouholeté odběratele patří většina obchodních řetězců, dále pak výrobci cigaret a dalšího spotřebního zboží. Výrobky firmy NERA DISPLAYS pomáhají prodávat produkty koncovým zákazníkům a jsou důležitým pomocníkem při nákupním rozhodovacím procesu. Firma se sídlem v blízkosti významného dálničního uzlu v Brně disponuje svým vlastním designovým, projektovým, instalačním a servisním oddělením.



store
food



store
non-food



tobacco
solutions



POP & POS
displays



petrol
solutions



security
cabinets



accessories
etc.





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.

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



easy dot® EASY TO APPLY, EASY TO REMOVE





Nielsen CZ s.r.o.

<http://www.nielsen.com/cz/cs.html>

Nielsen je globální výzkumná a analytická společnost, která poskytuje nejkomplexnější a nejdůvěryhodnější pohled na spotřebitele a trhy napříč celým světem. Už více než 90 let Nielsen poskytuje data a analýzy založené na vědeckém přístupu a inovacích a neustále rozvíjí nové způsoby řešení nejdůležitějších otázek společností působících v maloobchodě, a také mediálních a reklamních agentur díky elektronickým měřením médií a monitoringu reklamy. V rámci sledování rychloobrátkového zboží nabízí výrobcům a obchodním řetězcům rozsáhlý pohled na vývoj v oblasti FMCG. Nielsen propojuje prodejní data a výsledky spotřebitelských průzkumů s dalšími zdroji dat, vytváří cenové modely a analýzy, disponuje platformou na analýzu optimálního sortimentu a také věrnostních systémů. Nielsen je součástí indexu S&P 500 a působí ve více než 100 zemích, čímž pokrývá více než 90 % světové populace.



NIELSEN EVERYDAY PRICE AND PROMOTION ANALYTICS

VYBAVTE VÁŠ TÝM JEDNODUCHÝMI A DOSTUPNÝMI NÁSTROJI, KTERÉ ZAJISTÍ LEPŠÍ CENY A PROMOČNÍ ROZHODNUTÍ KAŽDÝ DEN

Konkurenční prostředí se neustále mění, což znamená, že se vaše obchodní či revenue týmy musí neustále přizpůsobovat maloobchodním cenám a promočním strategiím nebo riskovat ztrátu příjmů a zisků. Ale kvůli časovým a zdrojovým omezením se často spoléhají na zastaralé směrnice, které nedokáží poskytnout tak důležitou přesnost nebo dělají „nejlepší odhady“ na základě minulých rozhodnutí. Výsledkem je, že **1 ze 3** cenových rozhodnutí selže a **59 % světových promocí nejsou efektivní**.

Díky řešení **Nielsen Everyday Price And Promotion Analytics** se obchodní či revenue týmy nebudou muset vyrovnávat s nedostatkem relevantních poznatků, které potřebují. Prostřednictvím jednoduchých a intuitivních nástrojů mohou nyní na vyžádání získat přístup k analýze ceny a promocí, čímž se mohou zaměřit na přesnější průběžné rozhodování, a to s konzistentním a datově řízeným přístupem. Jde o cenově dostupnou službu, a to i v případě využití v celém portfoliu kategorií, ne pouze u těch největších značek.



PRAVIDELNÉ NASTAVENÍ CEN

- Detekce potenciálních **objemových nebo ziskových driverů**
- **Hodnocení dopadů** na změnu ceny
- Nastavení **cenové strategie** podle jednotlivých položek
- **Přizpůsobení** cenové strategie trhu



PROMOČNÍ ANALÝZA

- Zjištění **nejúčinnější** položky pro cenovou **promoci**
- Ohodnocení **účinku promočních aktivit** a srovnání s konkurencí
- Pochopení **křivky zisku** a správné nastavení **hloubky slevy**



JEDNODUCHÁ SIMULACE

- **Ohodnocení a srovnání** dopadů změn ceny v **jednotkách, obrátu a zisku**
- Simulace **dopadů promočních aktivit**



Nestlé

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.

Společnost Nutricia je již od roku 1896 průkopníkem v oblasti nutričních řešení s cílem pomáhat zlepšovat život svých zákazníků a umožnit jim prožívat plnohodnotně každý den. Za filosofií a úspěchem stojí mnohaletý výzkum a inovace. Díky svému portfoliu provázají výrobky společnosti Nutricia člověka celým jeho životem. Nutricia podporuje zdravý růst a vývoj již během prvních 1000 dnů života a nabízí řešení v některých zdravotních výzvách – pro předčasně narozené děti, při potravinových alergiích, při vzácných metabolických poruchách, v době chronické nemoci jako je křehkost seniorů, onkologické onemocnění, 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 klinicky testovanou směsí prebiotik GOS/FOS inspirovanou mateřským mlékem.

Pro podporu imunity a zdravého vývoje vašeho miminka**



ROZUMÍME MATEŘSKÉMU MLÉKU



**Chuť má přirozeně
přednost**



Kojení je nej přirozenějším způsobem výživy kojenců. Batoletí mléko má být jen součástí smíšené a vyvážené stravy dítěte. Kojenecká výživa by měla být používána na doporučení lékaře. Potravina pro zvláštní výživu. Způsob použití a další informace na obalech a www.nutrikklub.cz/www.klubmaminek.cz. *První hned po mamince - Nutrilon je nejprodávanější řada pokračovacích kojeneckých mlék na českém trhu v součtu dat die Nielsen Czech Republic a IQVIA Solutions a.s., souhrnný objem za období 03/2019-10/2019. **Jediné mezi nejprodávanějšími řadami pokračovacích mlék. ***Nutrilon, tak jako všechna pokračovací kojenecká výživa, obsahuje vitamíny A, 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. 02/2020. BF452792.



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**
Klienty provádíme celým mediálním ekosystémem: od nastavení cílů, přes segmentaci zákazníků až po mediální plán.
- PROGRAMMATIC & DATA**
Nestačí nám běžné postupy mediálního plánování a nákupu, tudíž si uvědomujeme důležitost práce s daty a jejich zapojení do celého procesu.
- KREATIVA & CONTENT**
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**
Díky zkušenostem a dlouholetým vazbám na dodavatele napříč celým mediálním spektrem nabízíme veškerá řešení „pod jednou střechou“ jak v ČR, tak i v zahraničí.
- ANALYTIKA & INSIGHTY**
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



► DATART ◀

 Kaufland

Ricola

 KRKA

 PEPSICO



 Henkel

DAIMLER

Manner

 SKYLINK

 BOHEMIA SEKT

Orkla Foods Česko a Slovensko

www.orkla.cz

Společnost Orkla Foods Česko a Slovensko, do níž patří tradiční české potravinářské značky Hamé a Vitana, je součástí mezinárodní skupiny Orkla – předního dodavatele značkového spotřebního zboží ve Skandinávii, v Pobaltí, střední Evropě a Indii. Společnost Orkla je kótována na burze v norském Oslu, kde se nachází i její centrála. Orkla Foods Česko a Slovensko je významným hráčem na trhu, když v Česku je druhou a na Slovensku čtvrtou největší potravinářskou společností. Své produkty, které vyváží do 40 zemí světa, vyrábí ve 13 závodech v Česku, na Slovensku a v Rusku. Její obrát v roce 2018 přesáhl 7,5 miliard Kč.

ABOUT THE COMPANY

Orkla Foods Czech Republic and Slovakia, owner of the traditional Czech food brands Hamé and Vitana, is part of the Orkla international group – a leading supplier of branded consumer goods in Scandinavia, the Baltic, Central Europe, and India. It is listed on the Oslo Stock Exchange, where the headquarters is located. Orkla Foods Czech Republic and Slovakia is currently rated as the second largest producer of packaged food in the Czech Republic, and the fourth in Slovakia. Its products are produced in 13 plants in three countries (in the Czech Republic, Slovakia and Russia), and exported to 40 countries worldwide. Turnover exceeded CZK 7,5 billion in 2018.



Český výrobce kartonových obalů a POS/POP materiálů

www.paketo.one

Vývoji a výrobě kartonových POS/POP materiálů se náš odborný tým věnuje 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 s parciálním lakem nebo laminací.



Digitální tisk ve fotografické kvalitě
s možností parciálního lakování a laminace.



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



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



Vyrobeno kompletně v ČR.



Snadná přeprava, skladovatelnost,
manipulace i instalace.



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.



Zvykáte si skvěle!
mentos[®]
jsou i žvýkačky.



Děkujeme Vám,
že jste nás opět zvolili!*



*Volba spotřebitelů, kategorie žvýkačky.



PHILIP MORRIS ČR

Philip Morris ČR a.s.

www.philipmorris.cz

Philip Morris ČR a.s. je největším výrobcem a prodejcem tabákových výrobků a rovněž distributorem bezdýmných tabákových výrobků *HEETS*, zařízení *IQOS* a s ním souvisejícího příslušenství v České republice. Disponuje jedním výrobním závodem v Kutné Hoře. Philip Morris ČR a.s. je kotována na Burze cenných papírů Praha (BCPP). Společnost, která zde působí již od roku 1992, zaměstnává více než 1 000 lidí napříč Českou republikou. Philip Morris ČR a.s. vlastní 99% obchodní podíl v dceřiné společnosti Philip Morris Slovakia s.r.o., registrované ve Slovenské republice. Společnost je součástí skupiny Philip Morris International Inc. (PMI), která je globálním zaměstnavatelem přibližně 77 tisíc lidí.

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





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 piva – 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, ovládání 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





ppm factum a.s.

www.ppmfactum.cz

www.ppmevents.cz

Jsme ppm factum. Poskytujeme komplexní služby pro podporu prodeje: **merchandising, promotion, audit monitoring, market research a POS storage**. Know-how čerpáme z významných profesních evropských i světových organizací a získali jsme certifikáty ISO garantující kvalitu našich služeb. Máme více než 20 let zkušeností, 150 zaměstnanců a obrát přes 500 mil. Kč. Díky tomu jsme stabilním a spolehlivým partnerem pro všechny druhy vašich projektů.

Propojujeme značky se zákazníky.

Vytváříme komplexní sales promotion: instore komunikaci, roadshow nebo eventy.

Přinášíme jedinečnou kreativitu, profesionální týmy a pečlivé vyhodnocení. S radostí a se zkušenostmi od roku 1996. Spolehněte se na nás.



ppmfactum.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 nejširší 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







Quo s.r.o.

Adresa společnosti: Tyršova 2158, 256 01 Benešov u Prahy

Kontaktní osoba: Jaroslav Opiš ml. • Telefon: + 420 737 797 111 • e-mail: jaroslav.opris.ml@quo.eu

www.quo.eu

Reklamní společnost Quo je česká firma s více jak 25letou působností na trhu s reklamou. Za dobu své existence rozšířila portfolio služeb natolik, že je schopna uspokojit potřeby všech klientů. Specializuje se na značení reklamních předmětů, textilu a komponent pro průmysl.

Další oblastí činnosti je výroba venkovní reklamy, specialisté vytváří a realizují polepy vozů, firemní štíty či orientační systémy. Samozřejmostí je nabídka produkce tiskových materiálů včetně grafického zpracování. Velké výrobní zázemí a skladové kapacity jsou předurčeny k zajištění i velkokapacitních zakázek.

Zastoupení:

Benešov • Praha • Tábor • Brno • Bratislava

Reference:

Adventura, Agrozet ČB, Alpla, Amfora, Auto Brejla, Benea, Bushman, ČPP, Davocar, Dita, Geus, Medical technologies, Mediclinic, Mokate, Nature House, Nemocnice Rudolfa a Stefanie, Pekass, ProfiOdpady, Proratio, Ruml s. r. o., Stasto, Tesla Blatná, Vari, Wifcom, atd.

REKLAMNÍ SPOLEČNOST QUO | BENEŠOV • PRAHA • TÁBOR • BRNO • BRATISLAVA

REKLAMNÍ PŘEDMĚTY *PRO VÁS...*

Reklamní fullservis

přináší komfortní zpracování
nejrůznějších druhů reklamního sdělení
na jednom místě **s úsporou času**
i finančních prostředků.

Od návrhu po realizaci

billboardy | bigboardy | megaboardy | atypická reklama | reklama na mostech | světelná reklama
firemní štíty | navigační systémy | polepy aut | potisk autoplachet | velkoplošný digitální tisk
grafické studio | potisk textilu – karuselový sítotisk | strojní vyšívání | tamponový tisk | ostatní sítotisk
rytí | frézování | gravírování | transferový tisk | laser | termotisk | řezání tvrzeného polystyrenu



www.quo.eu



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 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. Kromě pevného místa ve světě sportu, kde posouvá hranice lidských výkonů, nechybí ani na žádné významné události výtvarné nebo hudební scény.

KŘÍDLA PRO KAŽDOU PŘÍLEŽITOST.



ENERGETICKÉ NÁPOJE

Osvěžující bio nápoje

reda®

REDA a.s.

www.reda.cz

Abychom se mohli po více než 25 letech zkušeností na trhu jak v České republice, tak i v Evropě rozvíjet, spojila se Reda a.s. se společností Paul Stricker Group a stala se tak jednou z nejrychleji rostoucích skupin na trhu reklamních a dárkových předmětů v Evropě. Díky tomuto spojení máme možnost nabídnout větší portfolio produktů a rozšířit i portfolio nabízených služeb pro naše zákazníky.

Nadále zůstáváme jedničkou na českém trhu, a to zejména díky největším skladovým kapacitám v ČR s více než 16 000 paletovými místy a 30 miliony kusů zboží skladem. V rámci naší společnosti nabízíme více než 10 potiskových technologií, a to včetně nejmodernějších digitálních technologií, díky nimž se řadíme na špičku evropského trhu.

Zákazníkům se naplno věnuje tým více než 200 profesionálů na centrále v Brně a pobočkách v Praze, Plzni, Ostravě a Zlíně.

reda®

Inspiraci hledejte na blog.reda.cz
nebo na eshop.reda.cz

**POTĚŠTE
DÁRKY,**
které neskončí v šuplíku.





REPRESS

na repress.eu najdete
všechny naše e-shopy.

WWW

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!



**HOLOGRAFICKÁ
RELIÉFNÍ PEČEŤ**



**POTŘEBUJETE
RAZÍTKO?**



obchodRAZITEK.cz



MARYSA.cz



Privátní čokoláda

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



www.retail-future.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 Cenu za digitální transformaci 2019 pod patronací Microsoft & Daquas v projektu Ocenění českých podnikatelů.

REFERENCE:



ARMANI

SAMSUNG

VICHY
LABORATOIRES

L'ORÉAL

GROHE

DOUGLAS

sisley

LANCÔME

Dior

Kiehl's
SINCE 1851

BENU
LEKÁRNA

Tvoříme interiéry!

REXY



STAVEX



Stavíme interiéry!

RETAIL SPECIALISTI
DOKONALÉ PROPOJENÍ! DOKONALÝ VÝSLEDEK!

Dodáváme digitál!

DEX



Vyvíjíme software!

**FUTURE
STORE**



www.rexy.cz

www.digiexperience.cz

www.stavex.eu

www.futurestore.cz



SVETELNÁ REKLAMA & INSTORE SOLUTIONS

Ross s. r. o.

www.ross.sk * www.ross.eu

Filozofiou našej spoločnosti je poskytnúť klientom produkty na podporu predaja a svetelnú reklamu s jedinečným dizajnom. Tieto produkty spĺňajú najvyššie požiadavky užívateľov a pomáhajú zvýšiť predaj koncovému zákazníkovi. Produkty individuálne prispôbujeme požiadavkám klienta. Pri výrobe využívame špičkové technológie spracovania kovov, plastov a vysokokvalitné certifikované materiály od dodávateľov s dlhoročnou tradíciou na trhu. Disponujeme technológiami ako sieťotlač, vákuové lisovanie, laserové rezanie, frézovanie a i.

DIZAJN  VÝVOJ  PROTOTYP  PRODUKCIA  MONTÁŽ  SERVIS 





POS MATERIÁLY

Nabízíme POS materiály od nejmenších wobblů po kompletní vybavení prodejny. Více než 1000 standardních produktů je pro vás připraveno v našem e-shopu. V profesionálním Design Studiu pro vás připravíme další 3D návrhy zakázkových řešení. Neváhejte se na nás obrátit a kontaktujte nás ještě dnes!

POS INTERIÉRY

Navrhujeme, vyrábíme a instalujeme prodejní interiéry v ČR a Evropě. Přehledné prostředí usnadní nákup vašim zákazníkům. Nepodceňujte vliv atraktivního interiéru na vaše prodejní výsledky. Pomůžeme vám s vizuální stránkou a komunikací akčních nabídek pro nakupující všech věkových skupin.

DIGITAL SOLUTIONS

Nabízíme vám pohodlné řešení vaší instore komunikace. Rozmístíte digitální displeje do různých provozoven a zobrazovaný obsah ovládáte jednoduše přes wi-fi nebo mobilní data. Kdykoli tak můžete měnit vaše sdělení či prezentaci na stovkách míst v jeden moment, jedním klikem, bez náročné logistiky.

DÍLY PRO REKLAMU

Vyrobíme díly a polotovary pro reklamu a průmysl dle vašeho zadání. Dodáme součásti, na které vám chybí strojní vybavení, pomůžeme vám v momentě, kdy máte plnou kapacitu a nestíháte termín. Specializujeme se na obrábění deskových plastových a dřevěných materiálů a jejich potisk.

Více než 20 let Vám úspěšně pomáháme zvyšovat hodnotu značek. Vybudovali jsme skvělý tým talentovaných a nadšených lidí, kteří efektivně vytvářejí komplexní proces od myšlenky, návrhu až po finální realizaci. Zkušenosti s POS/POP, trvalé investice do moderních technologií a efektivity řízení nám nabízí konkurenční náskok.

Zakládáme si na vzájemné důvěře a vztazích s klienty. Pomáháme Vám vymyslet a udělat fungující řešení v tvorbě marketingové komunikace v místě prodeje.

Když se design snoubí s technologií – Sittardia

When design meets technology

NÁVRH | KONSTRUKCE | MAKETA | VÝROBA | DISTRIBUCE | INSTALACE



sittardia
www.sittardia.cz

| SEPHORA | ROSSMANN | PRO-DOMA | BAŤA | GRANOPTICAL | NUTRICIA | ALGIDA | KOH-I-NOOR | NAREX | ALLIANZ | LAMART |
| SENCOR | UNITED ENERGY | SODASTREAM | SAMSUNG | SONY | LG | FIELDMANN | XEROX | G-SHOCK | PLANEO ELEKTRO



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 střechou - 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.



STI GROUP
Partner of the Brands



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

PRAVÝ RUM
S ELEGANCÍ



WWW.PIJSROZUMEM.CZ
WWW.BOZKOV.CZ

BOŽKOV REPUBLICA RESERVA

NOVINKA

Vyvážená kombinace třetinových karibských rumů, z nichž některé zrály v dubových sudech až 12 let, nabízí tmavě jantarovou barvu a plnou dřevitou chuť.



VŽDYCKY SAMI SEBOU



storemedia

SENSORY MARKETING

 sense the difference

Vytváříme pozitivní klientskou zkušenost
Vašich zákazníků.

Vůně, hudba a vizuální prezentace
ovlivňují nákupní zvyky.

Využitím smyslového marketingu měníme
náhodné návštěvníky na loajální zákazníky.

STORE MEDIA
Specialista na vůně,
hudbu a obraz.

18
let na trhu

Nezávislost

Používáme
vlastní
technologie

Kde jsme



4000
instalací



In-Store Rádio

Hudební
kulisa, která
Vás odliší od
konkurence.



Aroma marketing

Vůněmi
probudíte
emoce.



In-Store TV

Podpoříte svůj
brand a předáte
informace na
správném místě.



In-Store reklama

Zvýšíte prodej
Vašich produktů
a služeb.

STORE MEDIA CZ s.r.o.

Kryštofova 101/7 Háj 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. Díky digitální tiskové technologii a laserovému výseku je výroba možná už od 1 kusu! SRP obaly, displeje, poutače, promoční či dárkové obaly s individualizovaným potiskem nebo výsekem, s možností personalizace nebo s prolinkem pro zvýšení zážitku z nakupování.

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

#digitálnítisk #laserovývýsek #obaly #vlnitálepenka
#POS #personalizace #individualizace #THIMM



Sledujte nás na:



www.thimm.cz



umdasch

THE STORE MAKERS

umdasch Story Design a.s.

www.umdasch.com/cz/

umdasch STORY DESIGN patří mezi největší a nejprogresivnější 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 PŘÍČKY ČI VÝROBY JEDINÉHO KUSU 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 Zpracování 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

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 fólie, 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



UGO! Media, s.r.o.

Elišky Přemyslovny 378, 156 00 Prague 5 - Zbraslav



www.ugo-media.eu

up brand activation s. r. o.

www.upagency.cz

Jsme phygital activation agency. 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.



physical + digital = phygital activation agency

www.upagency.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

The Crème Bonjour logo, featuring the words "Crème" and "Bonjour" in a blue script font, with a small blue leaf icon below "Bonjour".

Crème
Bonjour

The Perla logo, featuring the word "Perla" in a blue serif font.

Perla

The HERA logo, featuring the word "HERA" in white capital letters inside a red, stylized leaf shape.

HERA

The Rama logo, featuring the word "Rama" in a blue sans-serif font.

Rama



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

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.



Marketingové komunikace jsou pro nás srdcová záležitost.



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací



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 „POPai Impulse“.

Networking

POPai 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 marketingu 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 „POPai Impulse“ monthly newsletters.

Networking

POPai 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

POPai 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 evropská událost ve světě retailu. Celodenní program nabídne mezinárodní konferenci, expozice významných oborových soutěží a galavečer.

POP AI DAY 2020

26. 11. 2020

Kongresové centrum TOP HOTEL Praha****,
Blažimská 1781/4, 149 00 Praha 4 - Chodov



**POP AI
FORUM**

POP AI FÓRUM 2020

Mezinárodní konference o zásadních trendech a potenciálu v oblasti retailu.



**POP AI
AWARDS**

POP AI AWARDS 2020

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



**HVĚZDA 3D
REKLAMY**

Hvězda 3D reklamy 2020

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 2020

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

Galavečer

Slavnostní vyhlášení výsledků soutěže POP AI AWARDS 2020, Hvězda 3D reklamy 2020 a POP AI STUDENT AWARD 2020 • Degustace vín • Raut, hudba, networking

AKCE JE POŘÁDÁNA VE SPOLUPRÁCI S AGENTUROU UP BRAND ACTIVATION



GENERÁLNÍ PARTNER



HLAVNÍ PARTNEŘI



PARTNEŘI



ODBORNÍ PARTNEŘI



SPONZOŘI



HLAVNÍ MEDIÁLNÍ PARTNER



MEDIÁLNÍ PARTNEŘI



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