

Co se nám líbilo

Vybrali jsme pro vás naše favority zhruba ze třicítiky vítězů soutěže reklamních prostředků v obchodech.



Jan Bouček pro Radegast

Absolutním vítězem soutěže byl letos nový koncept hospod značky Radegast od architekta Jana Boučka. Je založen na drsnosti výtvarného zobrazení, které se hodí k regionu Ostravska a Beskyd. Použity jsou záměrně odolné a přírodní materiály jako dřevo, kov a kámen.

FOTO PLZEŇSKÝ PRAZDROJ



Authentica pro Microsoft

Do koutku v hračkárství Hamleys se podařilo dostat řadu typických prvků hry Minecraft. Prodejní regál je integrován do celé prezentace, takže pro zboží není nutné chodit daleko. Návštěvníci tedy mohou sáhnout pro svou oblíbenou hru bezprostředně po zážitku ze hry.

FOTO AUTHENTICA



Horma pro indiány

Česká společnost Horma vyrobila stojany určené pro konopné produkty značky Carun pro kanadskou organizaci JNLF, která zastřešuje všech 680 indiánských kmenů. Každá osada má svůj vlastní stojan se svým kmenovým znakem. Bez mechanického spojování lze stojan složit i rozložit do tří minut.



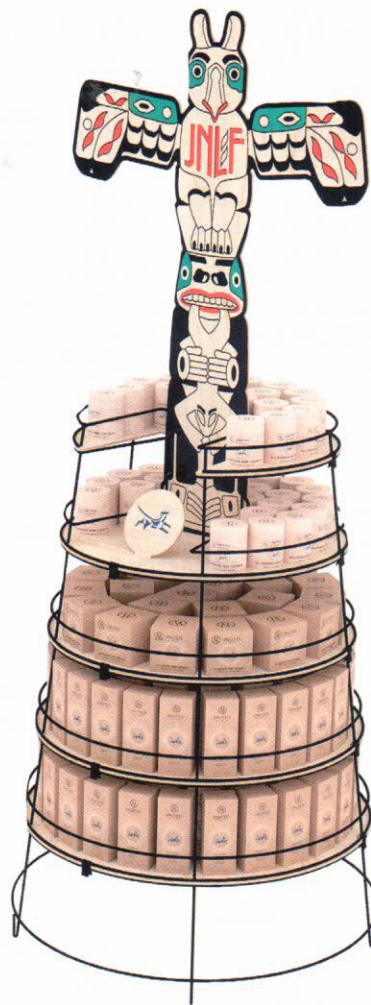
Dago pro Kofolu

Tady šlo o to, jak vyniknout mezi řadou akcí, co se v obchodech konají, a zabavit hlavně maminky s dětmi. Lokomotiva proto houkala, svítila, hrála a bylo možné skrz ni prolézat. Vagonky v zadní části byly tradiční paletou s brandingem, ve kterých byly dětské Jupíky.



Wellen pro Nike

Vystavení od společnosti Wellen určené pro obchody Nike v Praze prezentuje model boty Roshe Two. Flyknit, hlavním prvkem stojanu je přítom vzrůstající se číslice ze dřeva. Inspirací byla vlákna s pružnými rozestupy, ze kterých je bota ušita, aby se přizpůsobila chodidlu.



CASE STUDY: JAK ZABAVIT DĚTI

Vláček v obchodě

Kofola chtěla v hypermarketech přilákat děti a maminky ke svým Jupíkům. Společnost Dago připojila ke klasickému paletovému vystavení z kartonu stabilní lokomotivu. Děti si tak mohly zahrát na strojvedoucí. Vývoj vláčku trval zhruba tři měsíce a byl koordinován grafiky, technology i projektanty. Řešili jak technické provedení, tak materiálové, tedy kombinaci lamina, kartonu, polepů a diod. Mimo jiné i to, jak bude možné přemísťovat vystavení do dalších hypermarketů a zda bude fungovat bez napájení elektřiny. „Už při samotné instalaci byl problém instalaci vláčku dokončit, protože děti, které byly v hypermarketech, se na něj doslova vrhly a začaly jím prolézat,“ říká Marek Končítík ze společnosti Dago. K atraktivitě přispělo i to, že vláček měl na sobě vizuály ze hry Angry Birds. Ty se nově představily na plátnech kin, umístění bylo v rámci kampaně „back to school“.

Minecraft jako živý

Microsoft chtěl v hračkářství Hamleys postavit zážitkovou zónu v duchu hry Minecraft. Na 50 m² vměstnal co nejvíce jejích typických prvků, byl tu i prostor pro hru a vystavení zboží. Na projektu se podílely firmy CreativeDreams a Authentica. Grafici si nejdříve zahráli Minecraft, a pak zpracovali několik návrhů ve 3D. Kostky, typický element Minecraftu, tu slouží ke hře, děti na nich ale také svačí. Proto jsou potaženy softshellem, který lze dobře potisknout a je omyvatelný. Aby držely tvar a byly bezpečné, jsou vyrobeny z měkčené polyuretanové pěny patřičné tvrdosti. Obtížné bylo ztvárnění typické plnoucí louče „torch“ zdobící „vchod do jeskyně“. Musely být odolnější, proto jsou vyrobeny z kovu, plápolající plamínek imituje blikající žárovka schovaná pod akrylátovým krytem. Kdo si nechce hrát s kostkami, má k dispozici tablety s herními konzolami nebo stěny s televizí a Xboxem.