

KONKURS pos stars by OOH

Najlepsze display'e



www.oohmagazine.pl/posstars

PATRONI MEDIALNI



Jury POS STARS 2013



Urszula Burgiel
designer, właścicielka firmy
projektowej, wykładowca



Renata Zielińska
Visual merchandiser manager,
Mercendajzerzy.pl



Wojtek Sieradzki
Visual executive manager,
Mercendajzerzy.pl



Marcin Gieracz
CEO & Strategy Director
Rubikom Strategy Consultants



Mariusz Lewczyk
Graphic Designer
w White Cat Studio



Antoni Mączyński
Manager Działu Rozwoju
w firmie Branch Brothers



Andrzej Pągowski
Dyrektor Kreatywny
i właściciel firmy Kreacja Pro



Olgierd Rodziewicz
partner zarządzający
Catman Polska



Mateusz Skwarka
partner Cleverpath



Piotr Wasilewski
historyk reklamy w III Rzeczypospolitej,
autor kilku książek, wykładowca
akademicki, zastępca prezesa
Agencji Wasilewski



Marcin Wojciechowski
MAKRO Cash & Carry Polska

KATEGORIA: ALKOHOL & TYTOŃ

1

because
know
how
ATSDisplay™
design development production

www.atsdisplay.com



NAZWA: Linia Grimbergen

KLIENT: Carlsberg Polska Sp. z o.o.

MATERIAŁ WYKONANIA:

Drewno, stal, tworzywa: PMMA, PET, pleksa.

FUNKCJONALNOŚĆ:

Pełna linia produktów promujących markę Grimbergen, w skład której wchodzi: podświetlany kaseton wewnętrzny formatu A3, podświetlany kaseton zewnętrzny, menu holder, wafelownica, tacka i stand na stolik z wyświetlaczem LCD.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Reklamowany produkt: Piwo Grimbergen.

Miejsce/zasięg akcji: ogólnopolska.

Czas/okres: Od kwietnia 2013 bezterminowo.

Grupa docelowa: Pełnoletni konsumenci piwa.

Cel kampanii: Wizerunkowa, wzrost świadomości produktu.

2

FOCUS>DVANTAGE®
FOR GOOD AND FOR AD

www.focus-ad.pl



NAZWA: FINLANDIA® PLATINUM

KLIENT: Brown-Forman Polska Sp. z o.o.

WYMIARY: całkowita wysokość standu 2 000 mm; podstawa 400 x 600 mm.

MATERIAŁ WYKONANIA:

Główna konstrukcja - MDF wykończony laminatem szczerkowana stal, kopuły z „akwariem” ze szkła hartowanego, zabudowa dolna wykonana z blachy nierdzewnej, bezbarwne pręty wykonane z PMMA, półki z PMMA wyklejone folią szronioną, zabezpieczenie półek listwą stalową, stand podświetlony punktowo diodami LED (pręty i plecy) plus podświetlone logo w zabudowie dolnej.

FUNKCJONALNOŚĆ:

Ekspozycja produktu Finlandia Platinum, wzrost widoczności w punkcie sprzedaży.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Reklamowany produkt: FINLANDIA® PLATINUM.

Miejsce/zasięg akcji: Cała Polska, sklepy specjalistyczne np. Świat Alkoholi, super i hipermarkety.

Czas/okres: Od grudnia 2012.

Grupa docelowa: Konsumenci wódek super Premium – ceniący sobie wysoką jakość produktów, lubiących rzeczy Premium (Astor Martin, Bentley, Prada, Escada).

Cel kampanii: Dzięki tej wódce Finlandia chce się wyróżnić i znaleźć się w miejscach, w których jeszcze nie była: super Premium bary np. bar w Bristolu, Woodford Astoria Hotel, kluby, ekskluzywne sklepy alkoholowe (sklepy Balentinsa) etc. Dodatkowo chce pozyskać konsumenta z wyższej półki, który na co dzień przebywa w otoczeniu i użytkuje marki super Premium.

KATEGORIA: ALKOHOL & TYTOŃ

3

MOSQI:TO®
bloody good ideas

www.mosqi.to



NAZWA: No Rules, great POS

czyli pij jak chcesz! William Lawson's

KLIENT: Bacardi-Martini Polska

WYMIARY: 35,5 cm x 35,5 cm x

wysokość całkowita 39 cm.

MATERIAŁ WYKONANIA:

Sklejka lakierowana.

FUNKCJONALNOŚĆ:

Naszym zadaniem było zaprojektowanie POSa, który sprawdzi się w sklepach wielkopowierzchniowych oraz w mniejszych marketach. Dodatkowym ograniczeniem były wymagania dotyczące zastosowania mocnych, męskich elementów, zgodnie z brandbookiem najchętniej beton lub stal. POS musiał jednak być na tyle lekki w montażu, by bez kłopotu mogła go zmontować jedna osoba i na tyle elastyczny by dobrze wyglądał złożony zarówno z 3 elementów, jak i z 15 modułów.

CECHY SZCZEGÓLNE:

Zielony kolor, mocna modułowa konstrukcja, 9 różnych modułów każdy z innym hasłem, POS możliwy do zmontowania w ciągu 5 minut nawet przez filigranową osobę.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Reklamowany produkt: Whisky William Lawson's

Miejsce/zasięg akcji: Markety w całej Polsce.

Czas/okres: Początek marzec 2013, promocja trwa w wybranych sieciach marketów do dziś.

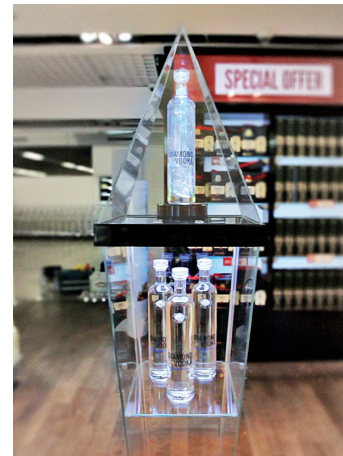
Grupa docelowa: Mężczyźni 20+, fani piłki nożnej, dotychczasowi konsumenci piwa.

Cel kampanii: Dominująca, zdecydowana ekspozycja, wzrost sprzedaży whisky.

4

origami®
btl solutions

www.origami.pl



NAZWA: Diamond Vodka Crystal Display

KLIENT: Aelia Polska

WYMIARY: szer.420 x wys.1939 x gł.420 mm.

MATERIAŁ WYKONANIA:

Szkle hartowane Optic White, MDF lakierowany, Power LED.

FUNKCJONALNOŚĆ:

Display ekspozycyjny.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Reklamowany produkt: Diamond Vodka.

Miejsce/zasięg akcji: Największy sklep duty free na lotnisku im Chopina w Warszawie.

Czas/okres: bezterminowo.

Grupa docelowa: Klienci VIP +18 lat.

Cel kampanii: zwiększenie świadomości wśród Klientów czym jest Diamond Vodka.

KATEGORIA: NAPOJE & ŻYWNOSĆ

5

Artplex

producent materiałów POS

www.artplex.waw.pl



NAZWA: MULTIMEDIALNY EKSPOZYTOR KINDER NIESPODZIANKA

KLIENT: FERRERO POLSKA Sp. z o.o.

WYMIAR: szer. 110 x wys. 174 x gł. 110 cm

MATERIAŁ WYKONANIA:

Biały materiał HIPS oraz płyta MDF lakierowana proszkowo na wysoki połysk, metalowy stelaż konstrukcji.

FUNKCJONALNOŚĆ:

Wsparcie eventów oraz akcji promocyjnych marki Kinder Niespodzianka w miejscu sprzedaży poprzez unikalną formę oraz interaktywne gry i zabawy multimedialne sterowane gestami lub dotykiem.

CECHY SZCZEGÓLNE:

Do ekspozytora została wykonana na indywidualne zlecenie sterowana gestami i dotykiem aplikacja w formie gry, wykorzystująca urządzenie Kinect. Aplikacja posiada następujące funkcjonalności: min. gra memory z kolekcją figurek Kinder Niespodzianka oraz kolorowanka z możliwością wydruku stworzonego obrazka. Możliwość rozwoju projektu: ekspozytor daje możliwość rozbudowy zainstalowanej w stacji roboczej aplikacji o nowe funkcjonalności. Zdejmowana czapka umożliwia zmianę na inny element dekoracji w zależności od okazji (np. z okazji Świąt Bożego Narodzenia, Halloween etc.)

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Reklamowany produkt: Jajka czekoladowe KINDER NIESPODZIANKA.

Miejsce/zasięg akcji: Ogólnopolski.

Czas/okres: Bezterminowo.

Grupa docelowa: Dzieci 8-9 lat.

Cel kampanii: Wsparcie promocji sprzedaży w punktach handlowych, a także wsparcie eventów dla dzieci.

6

because I KNOW HOW **ATSDisplay™**
design development production

www.atsdisplay.com



NAZWA: Grill Knorr

KLIENT: Unilever Polska Sp. z o.o.

WYMIAR: szer. 600 x wys. 1700 x gł. 400 mm.

MATERIAŁ WYKONANIA:

Konstrukcja metalowa, elementy drewniane, ABS.

FUNKCJONALNOŚĆ:

Ekspozycja produktów marki Knorr i Hellmann's.

CECHY SZCZEGÓLNE:

Originalna forma regału w kształcie grilla, dwa kółka ułatwiające przemieszczanie ekspozytora.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Reklamowany produkt: produkty marki Knorr, ketchup Hellmann's.

Miejsce/zasięg akcji: supermarkety na terenie całej Polski.

Czas/okres: od kwietnia 2013 do chwili obecnej.

Grupa docelowa: bez ograniczeń.

Cel kampanii: wizerunkowo-sprzedażowy.

KATEGORIA: NAPOJE & ŻYWNOSĆ

7

BERKANO

www.berkano.pl



NAZWA: Zabudowa Ekspresu

KLIENT: TCHIBO COFFEE SERVICE POLSKA SP. Z O.O.

WYMIARY: szer. 90 x wys. 190 x gł. 70 cm.

MATERIAŁ WYKONANIA:

Korpus zabudowy to 2 elementy dolny i górny wykonane

z płyty meblowej w kolorze szarym. Fronty zabudowy wykonane z blachy stalowej zawałcowanej i lakierowanej proszkowo na dowolny kolor RAL.

W elemencie górnym zainstalowane trzy kasetony podświetlane:

- górny (na toperze) z logotypem z wymienną grafiką,

- nad ekspresem listwa świecąca oświetlająca jego górną część,

- na maskownicy ekspresu kaseton z „instrukcją obsługi dla klienta”

Na frontowej ścianie po lewej stronie umieszczone jest 8 kieszonek na herbatę z popychaczami oraz 2 kieszonki z pojemnikami grawitacyjnymi.

Na froncie w elemencie dolnym zainstalowany jest jeden podświetlany kaseton. Nad kasetonem znajduje się kłapka do kosza na śmieci. W pionie, pomiędzy modułami otwory do podpięcia mediów (woda, prąd) oraz otwór, przez który spadają z ekspresu do kosza odpadki.

FUNKCJONALNOŚĆ:

Sprzedażowa Zabudowa Ekspresu.

CECHY SZCZEGÓLNE:

Uniwersalny – możliwość wymiany 2 różnych ekspresów.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Reklamowany produkt: kawa i herbata

Miejsce/zasięg akcji: cała Europa

Czas/okres: bezterminowo

Grupa docelowa: stacje docelowe, sklepy typu convenience i punkty sprzedaży z elementami samoobsługi.

Cel kampanii: sprzedażowa.

8

STi GROUP

www.sti-group.com



NAZWA: Campbell's Langzeitdisplay Erasco

KLIENT: Campbell's Germany GmbH

WYMIAR: szer. 600 x wys. 1930 x gł. 672 mm.

MATERIAŁ WYKONANIA:

Blacha stalowa 1,2 mm malowana proszkowo, płyta meblowa laminowana 30 mm, płyta meblowa fornirowana 30 mm, PET-G transparent 0,5 mm, PMMA transparent 3 mm, sitodruk.

FUNKCJONALNOŚĆ:

Łatwy do zatowarowania, kółka ułatwiają pozycjonowanie w strefie handlowej, łatwy do transportowania.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Reklamowany produkt: szybkie dania jednogarnkowe i zupy do mikrofalówki.

Miejsce/zasięg akcji: seria testowa na terenie Niemiec.

Czas/okres: seria testowa.

Grupa docelowa: kobiety, rodziny, single, ludzie w wieku 20+.

Cel kampanii: promocja szybkich dań jednogarnkowych.

KATEGORIA: KARTONOWE

9



www.berkano.pl

NAZWA: Stand na lakiery Coty

KLIENT: Coty Polska Sp. z o.o.

WYMIAR:

szer.120 x wys.160 x gł. 25 + podstawa 58 x 34.

MATERIAŁ WYKONANIA:

Stand o wysokości 1600 mm z frontem po łuku utworzonego z arkusza o szerokości 1200 mm. Wydruk 4+0 + folia błysk na kartonie 230 g kaszerowany na falę E. Wewnątrz 2x arkusz z fali E - jeden z otworami na szybki lakierów do paznokci a druki jako ściana ograniczająca głębokość wsunięcia lakierów. Na plecach wydruk 4+0. Stand dociążony za pomocą worka z piaskiem umieszczonego w dolnej części. Stand 4+4 z obciążeniem. Otwory na lakiery pozwalające zatowarować buteleczki z lakierami.

FUNKCJONALNOŚĆ:

Ekspozytor sprzedażowy.

CECHY SZCZEGÓLNE:

Nietypowy kształt ekspozytora.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Reklamowany produkt: Lakiery różnych marek firmy Coty.

Miejsce/zasięg akcji: Cała Polska/Rosman.

Czas/okres: Miesiąc.

Grupa docelowa: Kobiety i młode dziewczyny.

Cel kampanii: Sprzedażowa.



10



www.bluepos.pl



NAZWA: QuickDisplay 1/8 palety

KLIENT: Nowy produkt w ofercie BluePOS Sp. z o.o.

WYMIAR: szer.400 x wys.300 x gł1400 mm (+ toper 300mm).

MATERIAŁ WYKONANIA:

Tektura falista.

FUNKCJONALNOŚĆ:

W pełni automatyczne składanie.

CECHY SZCZEGÓLNE:

Produkty QuickDisplay to Display'e oparte na opatentowanym automatycznym systemie, który

pozwala na złożenie całego stoiska ekspozycyjnego w kilka sekund – przyjdź i sprawdź sam!

Dodatkowo nasze Display'e są wykonywane z nadrukiem bezpośrednio na tekturze falistej co

pozwala realizować zamówienia dla Klientów już od 5 dni roboczych.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Reklamowany produkt: Artykuły spożywcze, napoje, alkohole itp.

Miejsce/zasięg akcji: Polska / Europa.

Czas/okres: Do 3 m-cy.

Display jest prototypem, który można wykorzystać w różnych, planowanych kampaniach POS.

KATEGORIA: KARTONOWE

11



www.ellert.pl



NAZWA: RED PHONE BOX

WYMIAR: szer. 797 mm x wys.2244 x gł.797 mm.

MATERIAŁ WYKONANIA:

Tektura falista.

FUNKCJONALNOŚĆ:

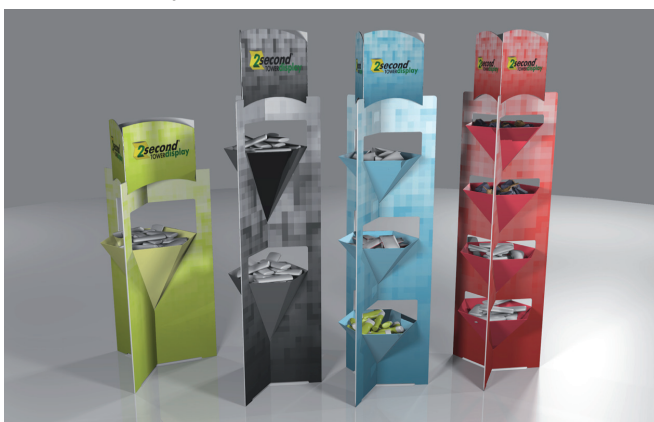
Prosta konstrukcja a zarazem ciekawy kształt przypominający sławną angielską budkę telefoniczną, przyciąga uwagę i jednocześnie jednoznacznie kojarzy się z Wielką Brytanią.

Display jest prototypem, który można wykorzystać w różnych, planowanych kampaniach POS.

12



www.holbox.pl



NAZWA: 2 SECOND TOWER DISPLAY

WYMIAR: szer. 500 x wys. 500 x gł. 1700 mm.

MATERIAŁ WYKONANIA:

Karton - fala B- kaszerowana papierem fusion 180 gr/m².

FUNKCJONALNOŚĆ:

Złożenie w ciągu 2 sekund.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Reklamowany produkt: Orzeszki (gratis bidon na napoje).

Miejsce/zasięg akcji: Supermarkety.

Czas/okres: 6 tygodni.

Grupa docelowa: Klienci supermarketów.

KATEGORIA: KOSMETYKA

13

because
KNOW
HOW
ATSDisplay™
designdevelopmentproduction

www.atsdisplay.com



NAZWA: Szafa Dove C4

KLIENT: Unilever Polska Sp. z o.o.

WYMIARY: szer. 800 x wys. 1500 x gł. 500 mm.

MATERIAŁ WYKONANIA: Szafa wykonana została z elementów metalowych, PMMA, HIPS-u oraz materiałów drewnopochodnych.

FUNKCJONALNOŚĆ: Dwustronny regał w sekcji kosmetyków posiadający cztery testerowniki oraz dwie kieszenie na boczne wymienne grafiki.

CECHY SZCZEGÓLNE: Szafa do umieszczenia na końcówce regału z możliwością wstawienia jej jako indywidualny mebel.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Reklamowany produkt: Kosmetyki Dove.

Miejsce/zasięg akcji: Hipermarkety sieci Carrefour.

Czas/okres: Od maja 2013 bezterminowo.

Grupa docelowa: Klientki sieci hipermarketów Carrefour.

Cel kampanii: Wizerunkowo-sprzedażowy.

14

ergo POS

www.ergo.net.pl



NAZWA: Coty Multibrand Tester Display

KLIENT: Coty Romania

WYMIAR: szer.990 x wys.600 x gł.590 mm.

MATERIAŁ WYKONANIA:

Konstrukcja z mdf-u. Display jest wyposażony w inserty i pojemniki wykonane z tworzywa.

FUNKCJONALNOŚĆ:

Display nalaodowy uniwersalny - dostosowany do ekspozycji kilku brandów kosmetycznych.

Wyposażony w wymienne inserty na kosmetyki, header i miejsce na komunikację lub grafikę.

CECHY SZCZEGÓLNE: Display posiada wymienne grafiki, cenówki oraz lustro. Zastosowane czerwieni i biel podkreślają charakter marki, a zastosowana gra linii prostych i łuków miała na celu stworzenie atrakcyjnego, przyciągającego spojrzenie ekspozytora.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Reklamowany produkt: Kosmetyki Astor, Rimmel, Miss Sporty

Miejsce/zasięg akcji: Rynek Rumuński

Czas/okres: Od lipca 2013 bezterminowo.

Grupa docelowa: Klienci sklepów oraz drogerii

Cel kampanii: Wizerunkowo-sprzedażowy.

KATEGORIA: KOSMETYKA

15



POSM
FACTORY

www.posmfactory.com



NAZWA: MODULOOK BUTTERFLIES

WYMIAR: szer.58. x wys.140. x gł.40 cm + toper 40 cm.

MATERIAŁ WYKONANIA:

Styropian, karton, plexi, pet, ledy.

FUNKCJONALNOŚĆ:

Stand Permanentny.

CECHY SZCZEGÓLNE:

Mega wytrzymały, modułowe składanie, możliwość łączenia z innymi konstrukcjami.

KATEGORIA: DESIGN

16

because
KNOW
HOW
ATSDisplay™
designdevelopmentproduction

www.atsdisplay.com



NAZWA: Cinema Cart

KLIENT: Coca-Cola HBC Polska Sp. z o.o & Multikino S.A.

WYMIAR:

szer. 1600 x wys. 900 x gł. 900 mm.

MATERIAŁ WYKONANIA:

Wózek wykonany jest z laminowanej płyty wiórowej na metalowej konstrukcji.

FUNKCJONALNOŚĆ:

Dodatkowy, mobilny punkt sprzedaży przystosowany do obsługi klienta zarówno wewnątrz jak i na zewnątrz kina, wyposażony w terminal POS, lodówkę na napoje oraz metalowy regał na przekąski. Wewnątrz wózka znajduje się szuflada połączona z terminalem POS oraz półka ułatwiająca przechowywanie dodatkowych produktów.

CECHY SZCZEGÓLNE:

Cinema Cart wyposażony jest w 4 kółka (w tym 2 z hamulcem) umożliwiające przemieszczanie wózka.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Reklamowany produkt: Napoje i przekąski sprzedawane w kinach.

Miejsce/zasięg akcji: Ogólnopolska sieć kin Multikino.

Czas/okres: Od lipca 2013 bezterminowo.

Grupa docelowa: Klienci sieci kin Multikino.

Cel kampanii: Wizerunkowo-sprzedażowy.

KATEGORIA: DESIGN

17



www.berkano.pl



NAZWA: Stoisko dermatologiczne Nivea

KLIENT: NIVEA POLSKA SP. Z O.O.

WYMIAR: stoiska 450 cm x wys. stoiska 240 cm x powierzchnia stoiska 20,25 m².

MATERIAŁ WYKONANIA:

Konstrukcja wykonana z płyty meblowej oklejonej laminatem niebieskim i płytą hips w połysku + grafika podświetlona taśmą led + logotypy podświetlone + szuflady.

MATERIAŁ WYKONANIA:

1.Moduł wysoki z półkami: konstrukcja wykonana z płyty meblowej oklejonej laminatem niebieskim i płytą hips w połysku + grafika podświetlona taśmą led + logotyp podświetlony + półki z podświetlanymi rantami + bandy + szuflady".

2.Moduł z szufladami: konstrukcja wykonana z płyty meblowej oklejonej laminatem niebieskim i płytą hips w połysku + grafika podświetlona taśmą led + logotyp podświetlony.

3.Moduł podtrzymujący fryz z liczydłem: konstrukcja wykonana z płyty meblowej oklejonej laminatem niebieskim i płytą hips w połysku + grafika podświetlona taśmą led.

4.Moduł podtrzymujący fryz z grafikami: konstrukcja wykonana z płyty meblowej oklejonej laminatem niebieskim i płytą hips w połysku + grafiki podświetlone taśmą led.

5.Zadaszenie: konstrukcja wykonana z płyty meblowej oklejonej laminatem niebieskim w połysku + podświetlenie + logotypy podświetlane.

6.Expozytor na piłki + Podest + Sofa dwuosobowa biała, stolik z logotypem i krzesła.

FUNKCJONALNOŚĆ:

Wsparcie wizerunku firmy i promocja produktów.

CECHY SZCZEGÓLNE:

Nowoczesny design połączenie wielu funkcji (badanie dermatologiczne, upowszechnianie aktualnej kampanii reklamowej, zorganizowany kąciak dziecięcy).

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Reklamowany produkt: Kampania reklamowa firmy Nivea, produkty kosmetyczne.

Miejsce/zasięg akcji: Ogólnopolski.

Czas/okres: Weekendowy.

Grupa docelowa: Kobiety, dzieci, rodziny.

Cel kampanii: Wizerunkowo- promocyjny.

KATEGORIA: PRZEMYSŁ

19



www.atsdisplay.com



NAZWA: Ekspozytor Laideker

KLIENT: Schilsner Industry Group Sp. z o.o.

WYMIAR: szer. 400 x wys. 2000 x gł. 400 mm.

MATERIAŁ WYKONANIA:

Konstrukcja, korpus i header wykonane ze stali lakierowanej proszkowo, elementy z HIPS-u.

FUNKCJONALNOŚĆ:

Obrotowy korpus ułatwiający zapoznanie z ofertą obrzeży Laideker, transparentne listwy do prezentacji obrzeży.

CECHY SZCZEGÓLNE:

System obrotowy umożliwiający poruszanie jedynie korpusem ekspozytora przy zachowaniu nieruchomego headera.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Reklamowany produkt: Obrzeża meblowe do płyt laminowanych marki Laideker. Miejsce/zasięg akcji: Polska.

Czas/okres: Na rynku od czerwca 2013.

Grupa docelowa: Biura projektowe, firmy budowlane oraz końcowi użytkownicy.

Cel kampanii: Wizerunkowo-sprzedażowy.

KATEGORIA: DESIGN

18



POSM
FACTORY

www.posmfactory.com



NAZWA: MODULOOK HOMER

KLIENT: CSM Deutschland

WYMIARY: szer.116 x wys.220 x gł.46 cm.

MATERIAŁ WYKONANIA:

Styropian, karton, hips.

FUNKCJONALNOŚĆ:

Stand Permanentny.

CECHY SZCZEGÓLNE:

Mega wytrzymały, modułowe składanie, możliwość łączenia z innymi konstrukcjami.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Reklamowany produkt: Bake Shop.

Miejsce/zasięg akcji: Europa zachodnia.

Czas/okres: 2013.

Grupa docelowa: Dzieci, młodzież, dorośli.

Cel kampanii: Zwiększenie świadomości marki.

KATEGORIA: PRZEMYSŁ

20



www.sti-group.com



NAZWA: GSK Cetebe Raspberry Bin

KLIENT: GlaxoSmithKline Consumer Healthcare GmbH & Co. KG

WYMIARY: średnica 570, wysokość 1430 mm.

MATERIAŁ WYKONANIA:

PVC spienione 6 mm, stal, PS 3 mm, PET B.

FUNKCJONALNOŚĆ:

Bardzo łatwy do załadowania, lekki, a jednocześnie stabilny.

CECHY SZCZEGÓLNE:

Główny element display'a to wytłoczka w kształcie maliny w niestandardowym kolorze.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Reklamowany produkt: Lekki Cetebe.

Miejsce/zasięg akcji: Niemcy.

Grupa docelowa: Ludzie w wieku 18+.

Cel kampanii: wprowadzenie nowego leku Cetebe.

KATEGORIA: NALADOWE

21

because
KNOW
HOW
ATSDisplay™
design development production

www.atsdisplay.com



NAZWA: Ekspozytor Desperados

KLIENT: Żywiec Sprzedaż i Dystrybucja Sp. z o.o.

WYMIAR: szer. 200 x wys. 385 x gł. 112 mm.

MATERIAŁ WYKONANIA:

konstrukcja i korpus wykonane ze stali lakierowanej proszkowo.

FUNKCJONALNOŚĆ:

Ekspozycja piwa Desperados w dwóch wersjach smakowych wraz z informacją o cenie.

CECHY SZCZEGÓLNE:

Elektroniczna cenówka z możliwością zaprogramowania wyświetlanej wartości, podświetlenie butelek, możliwość powieszenia ekspozytora na ścianie

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Reklamowany produkt: Piwo Desperados w dwóch wariantach smakowych.

Miejsce/zasięg akcji: HoReCa.

Czas/okres: Od marca 2013 bezterminowo.

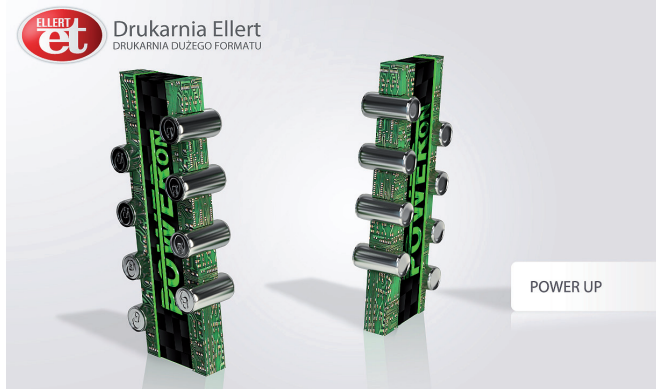
Grupa docelowa: Osoby pełnoletnie.

Cel kampanii: Wzrost świadomości produktów marki Desperados.

22



www.ellert.pl



NAZWA: POWER UP

WYMIAR: szer. 57 x wys. 603 x gł. 181 mm.

MATERIAŁ WYKONANIA:

Tektura falista.

FUNKCJONALNOŚĆ:

Display nładowy charakteryzujący się oryginalną konstrukcją i dynamiczną grafiką.

Display jest prototypem, który można wykorzystać w różnych, planowanych kampaniach POS.

KATEGORIA: NALADOWE

23



www.is-relief3d.pl



NAZWA: ASPIRIN BAYER – IS RELIEF 3D

KLIENT: BAYER

WYMIAR: szer. 30 cm x wys. 35 cm x gł. 25 cm.

MATERIAŁ WYKONANIA:

Kompozyt na bazie winylu (część technologii IS RELIEF 3D).

FUNKCJONALNOŚĆ:

Ekspozytor nładowy do dystrybucji i promocji produktów ASPIRIN firmy BAYER.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Reklamowany produkt: ASPIRIN firmy BAYER

Miejsce/zasięg akcji: Włochy, cały kraj.

Czas/okres: Cały rok.

Grupa docelowa: 15-99+

Cel kampanii: Ciekawa i wyróżniająca ekspozycja i promocja produktu ASPIRIN.

KATEGORIA: ELEKTRONIKA

24

Artplex

producent materiałów POS

www.advexperience.com



NAZWA: KIOSK MEDIALNY BROTHER

KLIENT: Brother Polska Sp. z o.o.

WYMIAR: szer. 80 x wys. 160 x gł. 70 cm.

MATERIAŁ WYKONANIA:

Płyta MDF lakierowana proszkowo na wysoki połysk, plexi bezbarwna oraz w kolorowa, podświetlenie LED.

FUNKCJONALNOŚĆ:

Wsparcie promocji sprzedaży poprzez prezentację zalet urządzenia wielofunkcyjnego Brother serii PRINT 3.0 w salonach sprzedaży: ekspozycja produktu i wyświetlanie filmu promocyjnego o produkcie.

CECHY SZCZEGÓLNE:

Kiosk Medialny Brother umożliwia za pomocą urządzenia wielofunkcyjnego serii PRINT 3.0 i pobranej wcześniej na smartfony aplikacji Brother iPrint&Scan wydruk zdjęć na papierze fotograficznym bezpośrednio z telefonu Klienta poprzez sieć bezprzewodową.

INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Reklamowany produkt: Urządzenie wielofunkcyjne serii PRINT 3.0.

Miejsce/zasięg akcji: Ogólnopolski.

Czas/okres: Bezterminowo.

Grupa docelowa: Urządzenie skierowane do małych i średnich przedsiębiorstw.

Cel kampanii: Wsparcie promocji sprzedaży w salonach sprzedaży.