

KONKURS  
**pos** by ooh  
**stars**

Najlepsze display'e



[www.oohmagazine.pl/posstars/](http://www.oohmagazine.pl/posstars/)

# Jury POS STARS 2015



**Monika Borowiecka**  
Trade Marketing Director  
GREY Group



**Monika Dacewicz**  
Account Manager  
Paperhat Poland Sp. z o.o.



**Monika Jasińska**  
V-ce Dyrektor Sprzedaży  
Clear Channel Poland



**Katarzyna Lipska**  
Redaktor OOH magazine



**Maja Pelc**  
CEO Pelc & Partners



**Grzegorz Bonder**  
General Manager  
w agencji UNIQUE ONE



**Marcin Gieracz**  
CEO&Strategic Director  
Rubikom Strategy Consultants



**Łukasz Gumowski**  
creative partner  
Agencja Plej



**Marcin Wojciechowski**  
Starszy Specjalista  
ds. Operacji Franczyzy  
Makro Cash and Carry



**Arkadiusz Wróblewski**  
Managing Partner  
IQFM Ackermann



www.tfpgrafika.com.pl

**NAZWA:** Pernod-Ricard, Wyborowa.

**Wyspa pod nową butelkę**

**KLIENT:** Pernod Ricard

**WYMIARY:** 1000 x 750 x 2430 mm.

**MATERIAŁ WYKONANIA:** Stelaż metalowy malowany proszkowo; tworzywo do podświetleń PMMA Opal; tworzywa bezbarwne PMMA 3 i 8mm; szara płyta meblowa; tworzywo lustrzane HIPS; boki – mata magnetyczna + druk UV; toper – folia do podświetleń + druk UV; diody LED RGB + piloty; detale ze stali nierdzewnej ( tuleje dystansowe, ranty półek, odbijniki); sklejka i PCV spienione.

**FUNKCJONALNOŚĆ:** Ekspozycja o zrównoważonym charakterze sprzedażowym i wizerunkowym. Świecące ściany przyciągają uwagę z każdej strony. Diody LED RGB umożliwiają zmianę barwy na okres ekspozycji na wyspie różnych typów wódek (czyste, smakowe). Funkcjonalność budowana przez wymienne grafiki na matach magnetycznych (boki) oraz folii do podświetleń (toper).

**CECHY SZCZEGÓLNE:** Impaktywny wygląd uzyskany dzięki dużym podświetlanym ścianom oraz bardzo nietypowej, jak na wódkę, ekspozycji butelek w poziomie. Siła światła jest podkreślana przez lustro w podstawie wyspy. Efekt premium wzmocniony przez szlachetne detale ze stali nierdzewnej. Prosta i silna forma komplementująca nowy produkt klienta.

**INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:** Celem kampanii była promocja nowej butelki Wyborowa oraz wzmocnienie jej pozycjonowania na rynku. Brief kreatywny wzywał do stworzenia unikatowego rozwiązania, które już samą swoją architekturą przyciągnie klienta do produktu i będzie komplementować jej charakter łączący jednocześnie zarówno klasykę, jak i nowoczesność.



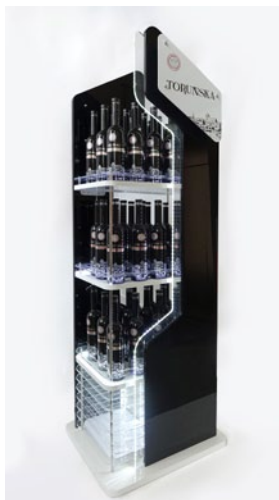
tfp grafika

Niniejsza wizualizacja służy jako materiał pogadawki i nie może być traktowana jako wzorec kolorystyczny lub jakościowy. Wszelkie prawa zastrzeżone. Projekt jest własnością TFP-GRAFIKA. Jego kopiowanie i rozpisanie do firm lub osób trzecich jest możliwe tylko za pisemną zgodą TFP-GRAFIKA.

## WYRÓŻNIENIE W KATEGORII: ALKOHOL & TYTOŃ



www.sip.krosno.pl



**NAZWA:** Wiola

**KLIENT:** Toruńskie Wódki Gatunkowe

**WYMIARY:** 180x50x60 (cm) [HxWxD].

**MATERIAŁ WYKONANIA:**

Stojak wykonany z blachy stalowej malowanej proszkowo, płyt MDF, tworzyw sztucznych. Oświetlenie - taśmy LED.

**FUNKCJONALNOŚĆ:**

Konstrukcja ekspozytora umożliwia łatwy dostęp do ekspozowanego produktu z każdej strony stojaka. Trwałe materiały użyte w produkcji zapewniają długookresowe użytkowanie.

**CECHY SZCZEGÓLNE:**

Elegancki design dopasowany do kolorystyki wystawianego produktu, podświetlane półki przyciągają uwagę konsumenta.

## WYRÓŻNIENIE W KATEGORII: DISPLAY'E NALADOWE



www.dobrystolarz.pl



**NAZWA:** Organizator HORECA na produkty HEINZ z membraną antybakteryjną SILD® i certyfikatem FSC® 100%

**KLIENT:** HJ HEINZ Polska Sp. z o.o.

**WYMIARY:** 135 x 235 x 305 mm.

**MATERIAŁ WYKONANIA:**

Polskie, certyfikowane (FSC® 100%) drewno bukowe, wykończone bejcą i dwukrotną powłoką lakieru wodoodpornego z membraną antybakteryjną SILD® i atestem na kontakt z żywnością. Personalizacja grawerem laserowym, drukiem UV i tampondrukiem.

**FUNKCJONALNOŚĆ:**

Organizer jako podstawową pełni funkcję łatwego przenoszenia czterech produktów marki HEINZ (ketchupu i trzech sosów) oraz solniczki i przepirniczki. Poręczność formy, bazującej na logo HEINZ. Zastosowanie drutu jako oparcia dla produktów umożliwiło wyeliminowanie dna, dzięki czemu ułatwione jest utrzymanie organizera w czystości. Boki organizera dają możliwość personalizacji pod rynek HORECA Klienta, dzięki czemu marka HEINZ postrzegana jest na tym rynku jako partner, a nie tylko dostawca.

**CECHY SZCZEGÓLNE:**

● Certyfikowane drewno FSC® 100%, ● membrana antybakteryjna SILD®, ● ultra ergonomiczna forma, ● możliwość personalizacji pod Klienta HORECA, ● wodoodporność.

**INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:**

Nazwa kampanii: HEINZ Places.



**NAZWA: Stand przykaszowy Voda Collagen****KLIENT:** Voda Naturalna Sp. z o.o.**WYMIARY:** 300 x 290 x 1365 mm.**MATERIAŁ WYKONANIA:** Metalowa konstrukcja malowana proszkowo, pozostałe elementy wykonane z płyty wiórowej w białym błyszczącym laminacie. Zadrunk logotypów bezpośrednio na płycie.**FUNKcjONALNOŚĆ:** Wolnostojący stand o niewielkich gabarytach. Produkty doskonale widoczne z każdej strony. Dostępność produktu z dwóch stron.**CECHY SZCZEGÓLNE:** Stand podkreślający unikatową kolorystykę Vody Collagen. Czysta, przejrzysta forma podkreśla produkt premium.**INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:**

Reklamowany produkt: woda.

Miejsce/zasięg akcji: rynek Polski, stacje paliw, drogerie.

Czas/okres: stała ekspozycja.

Grupa docelowa: osoby dorosłe.

Cel kampanii: wsparcie sprzedaży, wejście do nowych kanałów dystrybucji.

**NAZWA: STOISKO EUCERIN****KLIENT:** Beiersdorf - NIVEA Polska Sp. z o.o.**WYMIARY:** 400 x 500 cm.**MATERIAŁ WYKONANIA:**

● zadaszenie (konstrukcja: profil aluminiowy, oklejony pcv + laminat biały połysk + laminat przeciwprężny); ● element łukowy (konstrukcja: sklejka oklejona laminatem w białym połysku + podświetlona plexi opal + gablotka szklana zamykana na klucz + halogeny); ● lada dla dermatologa (elementy widoczne oklejone laminatem biały połysk + prowadnica do drzwi przesuwanych + prowadnica szuflady + gniazdo natynkowe); ● lada dla konsultanta (elementy widoczne oklejone laminatem w połysku + prowadnica do drzwi przesuwanych + prowadnica szuflady + gniazdo natynkowe); ● element łukowy bez gabloty (konstrukcja wykonana ze sklejki oklejonej laminatem w białym połysku + podświetlona plexi opal + halogen); ● podest modułowy 1x1m (konstrukcja wykonana z płyty meblowej obłożonej panelem podłogowym + dodatkowe podświetlenie podestu); ● szyby oklejone folią, czerwoną, translucentną.

**FUNKcjONALNOŚĆ:**

Stoisko o nowoczesnym wyglądzie, nawiązujące charakterem i klimatem do salonów medycyny estetycznej lokalizowane w galeriach handlowych na weekendowe event'y. Rozwiązanie zabudowy z założenia łączy dwie cechy projektu - Otwarta przestrzeń umożliwia i zachęca do wejścia na teren stoiska z każdej strony a lokalizacja i sposób rozmieszczenia punktów dermatokonsultacyjnych zapewnia intymność w trakcie badania skóry i konsultacji. Stoisko łączy w sobie kilka funkcji: badanie dermatologiczne, konsultacje kosmetyczne, promocja i sprzedaż produktów znajdujących się gablotach oraz promocje marki za pomocą dużych, podświetlonych kasetonów z wymiennymi plakatami.

**NAZWA: Pernod-Ricard, Wyborowa.****Wyspa pod nową butelką****KLIENT:** Pernod Ricard**WYMIARY:** 1000 x 750 x 2430 mm.**MATERIAŁ WYKONANIA:** Stelaż metalowy malowany proszkowo; tworzywo do podświetlenia PMMA Opal; tworzywa bezbarwne PMMA 3 i 8mm; szara płyta meblowa; tworzywo lustrzane HIPS; boki - mata magnetyczna + druk UV; toper - folia do podświetlenia + druk UV; diody LED RGB + piloty; detale ze stali nierdzewnej ( tuleje dystansowe, ranty półek, odbojniki ); sklejka i PCV spienione.**FUNKcjONALNOŚĆ:** Ekspozycja o zrównoważonym charakterze sprzedażowym i wizerunkowym. Świecące ściany przyciągają uwagę z każdej strony. Diody LED RGB umożliwiają zmianę barwy na okres ekspozycji na wyspie różnych typów wódek (czyste, smakowe). Funkcjonalność budowana przez wymienne grafiki na matach magnetycznych (boki) oraz folii do podświetlenia (toper).**CECHY SZCZEGÓLNE:** Impaktowy wygląd uzyskany dzięki dużym podświetlonym ścianom oraz bardzo nietypowej, jak na wódki, ekspozycji butelek w poziomie. Siła światła jest podkreślana przez lustro w podstawie wyspy. Efekt premium wzmocniony przez szlachetne detale ze stali nierdzewnej. Prosta i silna forma komplementująca nowy produkt klienta.**INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:** Celem kampanii była promocja nowej butelki Wyborowa oraz wzmocnienie jej pozycjonowania na rynku. Brief kreatywny wzywał do stworzenia unikatowego rozwiązania, które już samą swoją architekturą przyciągnie klienta do produktu i będzie komplementować jej charakter łącząc jednocześnie zarówno klasykę, jak i nowoczesność.**NAZWA: Ekspozytor-nakładka na półkę TOSHIBA w wersji małej i powiększonej****KLIENT:** TOSHIBA POLSKA**WYMIARY:** 1050mm/380mm/320mm lub mały 450/380/320.**MATERIAŁ WYKONANIA:** Materiał PMMA czarna, carbon, podświetlenie ledowe, ramka cyfrowa 8 cali.**FUNKcjONALNOŚĆ:** Ustawienie na półkach typowych regałów, nie wymaga dodatkowego miejsca w sklepie. Podświetlenie podstawki pod tablet, podświetlone logo frezowane w carbonie.**CECHY SZCZEGÓLNE:** Display o ciekawym rzucającym się w oczy wzornictwie, z dobrze eksponowanym towarem nie wymagającym dodatkowego miejsca.**INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:** Reklamowany produkt - laptopy i tablety TOSHIBA, Miejsce i zasięg - sklepy RTV.

**NAZWA: Master Cooler CB****KLIENT:** Unilever Finland Oy**WYMIARY:** 580 x 470 x 1750 mm.**MATERIAŁ WYKONANIA:**

Metalowa konstrukcja malowana proszkowo, metalowe półki, korpus wykonany z tworzywa HIPS, pozostałe elementy drewniane.

**FUNKcjONALNOŚĆ:**

Oryginalny, wolnostojący display z zainstalowaną chłodziarką, która została zarejestrowana jako wzór przemysłowy. Chłodziarka ma zamontowane kółka, co ułatwia jej przemieszczanie

**Cechy SZCZEGÓLNE:**

Stand z możliwością chłodzenia z 5 użytkowymi podświetlanymi półkami. Możliwość zamontowania z boku wiklinowego kosza na świeże pieczywo.

**INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:**

Reklamowany produkt: krem – Bonjour.

Miejsce/zasięg akcji: kraje Nordyckie.

Czas/okres: stała ekspozycja.

Grupa docelowa: wszyscy.

Cel kampanii: wsparcie sprzedaży.

**NAZWA: STOISKO EUCERIN****KLIENT:** Beiersdorf - NIVEA Polska Sp. z o.o.**WYMIARY:** 400 x 500 cm.**MATERIAŁ WYKONANIA:**

- zadaszenie (konstrukcja: profil aluminiowy, oklejony pcv + laminat biały połysk + laminat przeciwprężny);
- element łukowy (konstrukcja: sklejka oklejona laminatem w białym połysku + podświetlona plexi opal + gabłota szklana zamykana na klucz + halogeny);
- lada dla dermatologa (elementy widoczne oklejone laminatem biały połysk + prowadnica do drzwi przesuwanych + prowadnica szuflady + gniazdo natynkowe);
- lada dla konsultanta (elementy widoczne oklejone laminatem w połysku + prowadnica do drzwi przesuwanych + prowadnica szuflady + gniazdo natynkowe);
- element łukowy bez gabłoty (konstrukcja wykonana ze sklejki oklejonej laminatem w białym połysku + podświetlona plexi opal + halogen);
- podest modułowy 1x1m (konstrukcja wykonana z płyty meblowej obłożonej panelem podłogowym + dodatkowe podświetlenie podestu);
- szyby oklejone folią, czerwoną, translucyentną.

**FUNKcjONALNOŚĆ:**

Stoisko o nowoczesnym wyglądzie, nawiązujące charakterem i klimatem do salonów medycyny estetycznej lokalizowane w galeriach handlowych na weekendowe event'y. Rozwiązanie zabudowy z założenia łączy dwie cechy projektu - Otwarta przestrzeń umożliwia i zachęca do wejścia na teren stoiska z każdej strony a lokalizacja i sposób rozmieszczenia punktów dermatokonsultacyjnych zapewnia intymność w trakcie badania skóry i konsultacji. Stoisko łączy w sobie kilka funkcji: badanie dermatologiczne, konsultacje kosmetyczne, promocja i sprzedaż produktów znajdujących się gabłotach oraz promocje marki za pomocą dużych, podświetlonych kasetonów z wymiennymi plakatami.

**NAZWA: Stand "Magic tree"****WYMIARY:** 135 x 90 x 210 mm.**MATERIAŁ WYKONANIA:**

Display kartonowo-tekturowy, wykonany w technice druku cyfrowego, uszlachetniony folią.

**FUNKcjONALNOŚĆ:**

Stand interaktywny z dwustronnym dostępem do produktu. Łatwy w montażu.

**Cechy SZCZEGÓLNE:**

Stand został zaprojektowany na potrzeby stoiska promocyjnego firmy Quad Graphics na targi branżowe. Jest spójną całościową koncepcją mającą na celu przyciągnięcie uwagi potencjalnego klienta oraz połączenie aspektów wizerunkowych firmy z jej możliwościami druku wzbogaconego o interaktywne technologie oraz wartościami jakie reprezentuje: innowacyjność, wysoka jakość + proekologiczne podejście do procesu produkcji. Display ma formę drzewa z półkami w kształcie budek dla ptaków w których eksponowany jest produkt - gadżet reklamowy - kredki. 5 elementów interaktywnych Actable.

**NAZWA: Ekspozytor Fakro PreSelect/Prof****KLIENT:** Fakro**WYMIARY:** Szerokość: 895 mm; głębokość: 985 mm; wysokość: 2370 mm.**MATERIAŁ WYKONANIA:** Ekspozytor został wykonany ze stali i tworzywa. Konstrukcja spawana z elementów stalowych, wytłoki ścian bocznych wykonane są z tworzywa HIPS. Ekspozytor posiada ulotkowniki wykonane z apetu. Grafika i topper wykonane są z PCV spienionego oraz zadrukowane metodą UV. W bocznym panelu umieszczony ekran LCD, na którym wyświetlane są filmy promocyjne okien Fakro.**FUNKcjONALNOŚĆ:** Ekspozytor przeznaczony jest do prezentacji okien FAKRO. Został przystosowany do wielu różnych typów produktów. Posiada możliwość montażu pod różnymi kątami. Istnieje możliwość wymiany paneli bocznych. Na ekranie LCD mogą być pokazywane informacje na temat okien w postaci filmów promocyjnych.**Cechy SZCZEGÓLNE:** Możliwość montażu różnych rodzajów produktów (uniwersalność), wymienna rama, łatwy dostęp do produktu, nowoczesny design.**INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:** Ekspozytor promujący i wyróżniający rozwiązania klienta spośród rozwiązań konkurencji. Używany w punktach sprzedaży, na targach i pokazach, przez cały rok. Wykorzystywany w Polsce i za granicą. Design ekspozytora wpasowuje się w nowoczesność, solidność i innowacyjność eksponowanych produktów. Ekspozytory są zaprojektowane z myślą o profesjonalnej, wygodnej i dokładnej prezentacji produktu Klienta.

DISPLAY PLUS

www.displayplus.pl

**NAZWA:** Philips ekspozytor**KLIENT:** Philips Polska Sp. z o.o.**WYMIARY:** 120 x 40 x 39 cm.**MATERIAŁ WYKONANIA:**

Ekspozytor wykonany z płyty MDF oklejonej fornirem oraz z elementami wykonanymi z PMMA. Dodatkowo w centralnym miejscu zamocowano ramkę wyświetlającą spot reklamowy.

**FUNKcjONALNOŚĆ:**

Ekspozytor dostarczany w całości do miejsca sprzedaży wraz z przymocowanym na stałe asortymentem. Nie wymaga montażu przez przedstawiciela handlowego. Dzięki swojej unikalnej formie gwarantuje wyróżnienie się na półce sklepowej.

**CECHY SZCZEGÓLNE:**

Design nowoczesnej kuchni z elementami eco w postaci charakterystycznych drewnianych motywów nawiązujących do blatów kuchennych wysokiej jakości.

**INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:**

Promocja flagowego robota kuchennego marki Philips.

## NAGRODA PUBLICZNOŚCI

DISPLAY PLUS

www.displayplus.pl

**NAZWA:** Glenfiddich stand**KLIENT:** CEDC International**WYMIARY:** 30 x 30 x 160 cm.**MATERIAŁ WYKONANIA:**

Stand wykonany z płyty MDF oklejonej fornirem oraz z elementami wykonanymi ze szkła i z PMMA. Strefa ekspozycji produktu została podświetlona.

**FUNKcjONALNOŚĆ:**

Stand prezentacyjny przeznaczony na prestiżowe imprezy, w których uczestnicy klient promując markę Glenfiddich.

**CECHY SZCZEGÓLNE:**

Elegancki stand wykonany ze szlachetnych materiałów z podświetleniem ekspozycji. Podkreśla status oraz wartość eksponowanej czterdziestoletniej whisky.

**INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:**

Promocja bardzo wyjątkowego wydania Glenfiddicha.

STRONG  
SIGNAGE

FLEXIBLE &amp; EFFICIENT DIGITAL SIGNAGE

www.strong-signage.pl

**NAZWA:** Digital Springer**KLIENT:** GoodYear

**WYMIARY:** 230cm wysokości, 75cm szerokości, 7cm grubości – Uwaga – Najcieńsze tego typu urządzenie na rynku!

**MATERIAŁ WYKONANIA:** Stal lakierowana proszkowo na kolor ustalany z klientem.

**FUNKcjONALNOŚĆ:** Totem służy wyświetlaniu treści reklamowych i informacyjnych. Dzięki aplikacji Strong Signage możliwe jest zdalne zarządzanie wyświetlanymi treściami i ich najlepsze możliwe dopasowanie do preferencji klientów czy lokalizacji reklamowej. Dynamicznie generowane znaczniki (kody QR) pozwalają na szybką ocenę skuteczności danej kreacji czy ulokowania totemu. Obudowa totemu pozwala na łatwą, pełnopowierzchniową adaptację graficzną i tym samym jeszcze większe dopasowanie do lokalizacji i przesłania kampanii.

**CECHY SZCZEGÓLNE:** Szczególną cechą urządzenia jest jego bardzo cienka i ekskluzywna konstrukcja, znajdująca uznanie w oczach najbardziej wymagających klientów. Połączenie wartości użytkowych totemu z możliwościami oprogramowania Strong Signage czyni wskazany zestaw najbardziej skutecznym narzędziem marketingu w tym segmencie rynku.

**INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:** Kampania dla marki GoodYear przeprowadzona w zróżnicowanych demograficznych lokalizacjach, z wykorzystaniem alternatywnych treści reklamowych dla tego samego produktu, gdzie w oparciu o badania skuteczności kreacji online wyłonione zostały te najbardziej atrakcyjne i skuteczne. Treści reklamowe połączone zostały z treściami informacyjnymi przez co znacząco zwiększono ilość kontaktów z nośnikiem.