

**napísali o nás...**

# OUT OF HOME



## NÁROČNÉ PREVEDENIE

akzent media

**Názov kampane:** Corgoň - Maxifľaša  
**Termín realizácie zákazky:** jún 2009  
**Reklamná agentúra:** Mayer / McCann Erickson  
**Mediálna agentúra:** Universal McCann  
**Tlačiareň:** -  
**Klient:** Heineken  
**Prečo?:** atypická



## NAJPOPULÁRNEJŠIA

Ambient Media Group

**Názov kampane:** Adidas za 1 Euro  
**Termín realizácie zákazky:** Jún 2009  
**Reklamná agentúra:** Fabrika  
**Mediálna agentúra:** Fabrika  
**Tlačiareň:** -  
**Klient:** Adidas  
**Prečo?:** táto kampaň patrila nákladmi k najmenším, ktoré sme tento rok realizovali. Napriek tomu vzbudil Adidas za jedno Euro medzi ľuďmi obrovský ohlas. Je to dôkaz, že predajnú akciu možno lacno a efektívne skomunikovať aj s médiom s vyššou jednotkovou cenou. Kampaň prebiehala v troch mestách.



## PRIEKOPNÍCKA

bigfish media



**Názov kampane:** Najkrajšie silikóny  
**Termín realizácie zákazky:** 8.6. – 8.7. 2009  
**Reklamná agentúra:** Blue Art Design  
**Mediálna agentúra:** bigfish media  
**Tlačiareň:** -  
**Klient:** Soudal  
**Prečo?:** prvá celoslovenská digitálna outdoorová kampaň, ktorá nevyužila žiadne iné reklamné médium, priekopnícke myslenie klienta – svetovej spoločnosti a dôvera, ktorú nám prejavil.

# TOP PROJEKTY

Ktoré zo svojich realizácií považujú zástupcovia out-of-home firiem za najlepšie za prvý polrok tohto roka?



## NAJVÄČŠIA POČTOM NOSIČOV

Arton

**Názov kampane:** SaS – nová politická strana  
**Termín realizácie zákazky:** 2 – 6/2009  
**Reklamná agentúra:** -  
**Mediálna agentúra:** MUW  
**Tlačiareň:** -  
**Klient:** Sloboda a Solidarita  
**Prečo?:** nová politická strana si vybrala práve outdoor na oslovenie partnerov a voličov. Ďakujeme, že to bol práve ARTON, ktorý bol pre Vás TOP. Išlo o prenájom stoviek plagátomesiacov.

# TOP PROJEKTY



## NAJKREATÍVNEJŠIA

BigMedia

Názov kampane: Orange - FTTH

Termín realizácie zákazky: máj 2009

Reklamná agentúra: –

Mediálna agentúra: Unimedia

Tlačiareň: –

Klient: Orange Slovensko

Prečo?: išlo o realizáciu svetelnej nadstavby, pomocou špeciálneho systému LED NEON FLEX, ktorý sme použili k vytváraniu veľmi efektívnych svetelných nápisov a tiež lemovania vybraných častí na vizuále. Rovnaký spôsob svetelnej nadstavby sme použili prvýkrát pri realizácii našej promotion kampane v januári tohto roku.



## NAJKOMPLEXNEJŠIA

Eduinfo

Názov kampane: Molicare

Termín realizácie zákazky: marec 2009

Reklamná agentúra: –

Mediálna agentúra: –

Tlačiareň: dodané priamo klientom

Klient: Hartmann Rico

Prečo?: oslovenie formou posterov i edukačno-informačných brožúr umiestnených v miestach výskytu pacientov s vysokou pravdepodobnosťou výskytu inkontinencie. Klient taktiež požiadal o nezávislý prieskum pacientov – presné zacielenie kampane, komplexný prístup, feedback od klientov, ROI

# 2009



## NAJVÄČŠIA

Gryf

Názov kampane: Keramika Soukup

Termín realizácie zákazky: január – december 2009

Reklamná agentúra: Gryf

Mediálna agentúra: –

Tlačiareň: –

Klient: Keramika Soukup

Prečo?: ide o imidžovú kampaň, ktorá sa realizovala na celom území SR. Použitie médiom – bigboardy.

EDUKUJTE!  
INFORMUJTE!  
OVPLYVNÍJTE!

NA MIESTACH SO ZVÝŠENOU VNÍMAVOŠŤOU  
V ČAKÁRŇACH AMBULANTNÝCH LEKÁROV A  
NAJNAVŠTEVOVANEJŠÍCH MIESTACH POLIKLINÍK

ČAKANIE JE VÝZVA

Oslovenie 1,8 mil. pacientov mesačne

**eduinfo**<sup>®</sup>

healthcare media & marketing

[www.eduinfo.eu](http://www.eduinfo.eu)



550 INFOPANELOV

530 POSTEROV B1

# OUT OF HOME



## NAJKREATÍVNEJŠIA

Mobilboard

**Názov kampane:** NesCafé – Classic „županománia“

**Termín realizácie zákazky:** 2,3/2009

**Reklamná agentúra:** –

**Mediálna agentúra:** Mediaedge:cia

**Tlačiareň:** –

**Klient:** Nestlé

**Prečo?:** v kampani bol použitý netradičný formát v podobe pásu pod oknami, ktorý bol situovaný z nástupnej strany od dverí trolejbusov a autobusov. Na polovičné postavy sediace v župane navdžovali v oknách skutočné postavy cestujúcich. Grafika bola doplnená headlinom: „Buď Classic v župane od NESCAFÉ“. Na niektorých autobusoch zase polep celých dverí znázorňoval veľký červený župan s logom „NESCAFÉ“. Kreatívna agentúra tu vtipne využila detaily karosérie vozov MHD a ukázala ich ako prednosť.



## NAJKREATÍVNEJŠIA, NAJDLHŠIA

Logologic Slovakia

**Názov kampane:** Orange – Slovensko,

Orange – Letná ponuka, Orange – e-shop

**Termín realizácie zákazky:** 15. 4. – 15. 7. 2009

**Reklamná agentúra:** –

**Mediálna agentúra:** Unimedia

**Tlačiareň:** –

**Klient:** Orange Slovensko

**Prečo?:** 15-dňové intervaly rôznych vizuálov, dĺžka kampane



## NAJKREATÍVNEJŠIA

POS Media Slovakia



**Názov kampane:** KiteKat

**Termín realizácie zákazky:** marec 2009

**Reklamná agentúra:** –

**Mediálna agentúra:** Mediaedge:cia

**Tlačiareň:** Area Print

**Klient:** MARS

**Prečo?:** skĺbenie oslovenia spotrebiteľa už na vstupe do hypermarketu, a to riešením vizuálu na čele nákupného vozíka a priamo v mieste vystavenia upútanie dvoma Shelfstoppersmi, ktoré upozorňovali na produkt



## NAJROZSIAHLEJŠIA

Quad Light Slovakia



**Názov kampane:** mBank – Vytrieskaj z nich maximum

**Termín realizácie zákazky:** 18 – 25/05/2009

**Reklamná agentúra:** –

**Mediálna agentúra:** Universal McCann

**Tlačiareň:** –

**Klient:** mBank

**Prečo?:** na základe zadania agentúry sme realizovali kampani počas ôsmich dní, v siedmich mestách Slovenska. Kampane prebiehali vždy v dvoch alebo v troch mestách súčasne pri využití 4 až 8 reklamných štvorkoliek QuadLight.



## NAJKREATÍVNEJŠIA

### Rail media

**Názov kampane:** Fiber Net

**Termín realizácie zákazky:** od 01. 06. 2009

**Reklamná agentúra:** Wiktor Leo Burnett

**Mediálna agentúra:** Unimedia

**Tlačiareň:** Hi-Reklama

**Klient:** Orange

**Prečo?:** od roku 2005 (v lete 2005 sme realizovali projekt Coca Cola Music Train) ide o najkreatívnejšiu reklamu na vozňoch osobnej železničnej dopravy. Klient využíva synergický efekt medzi službou Fiber Net (najrýchlejší internet) a umiestnením reklamy na vozňoch, ktoré sú v súpravách vlakov Inter City (najrýchlejšie vlaky na Slovensku).

## NAJVÄČŠIA

### Way 4U



**Názov kampane:** Nová Škoda Octavia

**Termín realizácie zákazky:** január, február 2009

**Reklamná agentúra:** –

**Mediálna agentúra:** –

**Tlačiareň:** Spyron (CZ)

**Klient:** Škoda Auto

**Prečo?:** rozsiahla kampaň s využitím maximálneho počtu plôch

## NAJVÄČŠIA

### Store Media

**Názov kampane:** King kong

**Termín realizácie zákazky:** január – marec 2009

**Reklamná agentúra:** –

**Mediálna agentúra:** –

**Klient:** Reckitt Benckiser

**Prečo?:** nový klient v našom portfóliu a hneď s najväčšou kampaňou realizovanou plošne vo väčšine našich in-store rádií v SR aj ČR.

## Backlights

[www.xlmedia.sk](http://www.xlmedia.sk)



V Bratislave, Žiline, Nitre,  
Banskej Bystrici, Prešove a Košiciach

**XL MEDIA** | OUTDOOR ADVERTISING