

INNOVAZIONE PER IL PDV

Giunge al termine la quinta edizione dell'Italian Popai Award, il concorso indetto da Popai Italia che premia le migliori realizzazioni e attività per il punto di vendita. A conclusione della manifestazione, che ha visto l'esposizione dei 34 progetti in gara il 21-22-23 marzo, in concomitanza con Promotion Expo, una cena di gala, tenutasi il 7 maggio nella suggestiva cornice del Teatro Franco Parenti di Milano. Ad animare la serata la proclamazione delle aziende vincitrici nelle sette categorie in concorso: i membri della giuria, selezionati da Popai tra espo-

POP AI

Premiati i vincitori della quinta edizione dell'Italian Popai Award 2012

nenti di importanti brand company e retailer, si sono, infatti, alternati sul palco per dare il giusto merito e riconoscimento ai progetti che si sono aggiudicati il premio per

ciascuna delle categorie in gara. Giovanardi, con il progetto "Vetrina di Natale 2011" per Prada, si è piazzato al primo posto nella categoria "Display Durevole"; per la categoria

"Display Non Durevole", invece, il primo posto è spettato a Pasubio con il suo "Equipe Espositore Teste" per Selleria Equipe. Per la nuova categoria dedicata al mondo del "Packaging Design" ha vinto il progetto, presentato dall'azienda partenopea, Bi&Bi Advertising, per Ferrero, dal titolo "Rendiresto Tic Tac Lilliput". Per ciò che riguarda la categoria "Shopfitting", ovvero l'arredo del punto di vendita, ha avuto la meglio il corner dal titolo "Shop in Shop" presentato da Realtà Group per Vodafone. Per la categoria "Ambientazione & Concept" si è

Giovanardi: "Vetrina Motoslitta Natale 2011"

Una motoslitta, creata da Giovanardi, azienda specializzata nel mercato POP, ovvero nella progettazione e creazione di materiale per la comunicazione sul punto di vendita. L'oggetto, messo a punto per il Fashion brand Prada, è realizzato in legno lucido, acciaio, simil pelle e velluto; mira a ricreare un'ambientazione in-store, ispirata al tema della montagna.



Categoria Display Durevole
Vincitore Giovanardi
Cliente Prada

Pasubio: "Equipe espositore teste"

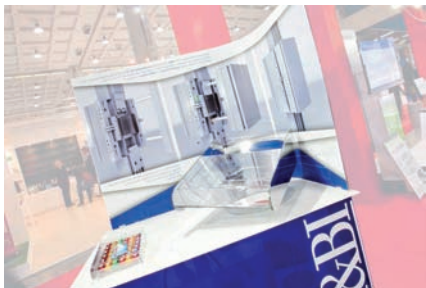
Display per l'esposizione delle testiere e del sottopancia per cavalli, caratterizzato da una struttura che risulta semplice nella fase di montaggio e smontaggio nel punto di vendita. Grazie alla collaborazione con lo studio Serafini è stata creata una struttura di grande impatto che dà risalto soprattutto alla conformazione della testa del cavallo. Ciò mette in evidenza l'accessorio e ne fa scoprire tutti i particolari.



Categoria Display Non Durevole
Vincitore Pasubio
Cliente Selleria Equipe

Bi & Bi Adv: "Rendiresto Tic Tac Lilliput"

Il Rendiresto Tic Tac Lilliput è un progetto di successo, frutto di un'intuizione semplice ed efficace: esporre pacchetti minisize per tutta la superficie del rendi resto. Così piccoli e divertenti catalizzano la curiosità, stimolando un irresistibile impulso all'acquisto. La versione a iniezione presentata da Bi&Bi offre, in più, uno stampo in grado di produrre il pezzo intero, in un'unica battuta, grazie a ben 5 movimenti.



Categoria Packaging Design
Vincitore Bi & Bi Advertising
Cliente Ferrero

Realtà Group: "Shop in Shop"

Il progetto, che si è aggiudicato anche il riconoscimento speciale "Premio della Critica 2012", è un corner messo a punto per Vodafone con la finalità di ottenere uno spazio espositivo che sia funzionale alle vendite, ma che si proponga anche come uno spazio di comunicazione all'interno di un canale moderno specializzato GSS.



Categoria Shopfitting
Vincitore Realtà Group
Cliente Vodafone Omnitel NV

imposto il designer romano Alessandro Luciani con il suo "Innovative Dental Center based on the principles of wellness and hospitality", per Montegrappa - Samadent. Incentrata poi sul coinvolgimento del cliente-consumatore, la categoria "Attività per il Punto di Vendita", per la quale si è aggiudicato il primo posto il progetto "Evento Degustazione con Chef Show" per Kraft Foods, presentato dall'azienda modenese Proxima. Un riconoscimento è poi spettato ai due progetti iscritti nella categoria "Tecniche e Tecnologie per il Punto di Vendita": il

Popai Italia
Piazzetta U. Giordano, 4 - 20122 Milano
Tel. 02 76016405 - Fax 02 76029777 - www.popai.it
POPAI è un'associazione internazionale senza fini di lucro la cui missione è promuovere la cultura del punto di vendita nella sua globalità, diffondendo negli operatori la consapevolezza del valore strategico delle attività retail all'interno del marketing mix.



Scarica il Popai Book 2012

Il Popai Book è una risposta esaustiva alle necessità provenienti dal b2b, un prezioso strumento per orientarsi nel mondo del retail: il volume propone i profili delle aziende ed è arricchito da testimonianze di studiosi ed esperti.

Per aderire alla prossima edizione contattare Alessandra Ragusa: a.ragusa@popai.it

Per scaricare il Popai Book 2012 digita:
www.largoconsumo.info/092012/PopaiBook2012.pdf

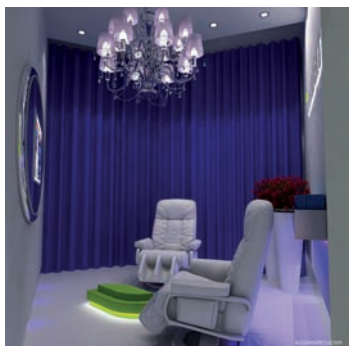
software per il Visual Merchandising, "Mockshop", presentato da IShopShape, e l'in-

novativo "Pop Channel", presentato dall'omonima azienda, per Beiersdorf Italia. A

chiudere la serata in bellezza c'è stata poi la consegna del prestigioso Premio della Critica 2012, spettato sempre a Realtà Group per il suo "Shop In Shop" per Vodafone, e del Best In Show, il premio dedicato al migliore progetto in gara, che è stato vinto da Pop Channel, per l'omonimo progetto. Tra le aziende presenti alla serata: Avanzi Holding, Beiersdorf Italia, De'Longhi, Kraft Food, Iper La Grande I, Juventus Football Club, L'Oréal, Perfetti Van Melle, Prénatal, Shopville Le Gru, The Walt Disney Company, Vodafone.

Luciani: "Innovative Dental Center"

Generare, nell'immaginario del cliente, l'idea che i centri odontoiatrici non siano luoghi che incutono terrore, ma veri e propri "laboratori sociali": il progetto fonde il design con i più moderni strumenti di marketing per sviluppare un luogo dove l'attesa viene trasformata in accoglienza integrale. Il primo di questi centri è in fase di realizzazione a Roma per Samadent.



Categoria Ambientazione & Concept
Vincitore Alessandro Luciani Retail Designer
Cliente Samadent - Montegrappa

Proxima: "Evento Degustazione con Chef Show"

Il progetto di Proxima, azienda specializzata in attività in-store che coinvolgono lo shopper, nasce per evidenziare la versatilità di alcuni prodotti Kraft, che ben si prestano per preparare piatti gustosi e veloci.

Grazie a una struttura ad hoc e alla presenza di uno chef, la preparazione live sembra uno show Tv che incuriosisce e coinvolge chi transita per l'ipermercato.



Categoria Attività per il punto vendita
Vincitore Proxima
Cliente Kraft Foods

Pop Channel: "Progetto per Beiersdorf"

Il progetto, che ha ottenuto anche il riconoscimento speciale "Best in Show 2012", è un sistema integrato di tecnologie messo a punto per Beiersdorf, che garantisce la migliore esposizione del prodotto. Consente di riconoscere lo shopper e mandare on air la comunicazione in target; misurare l'uscita del prodotto in tempo reale grazie a sensori sull'espositore; monitorare l'andamento della campagna.



Categoria Tecniche e Tecnologie per il Punto Vendita
Vincitore Pop Channel
Cliente Beiersdorf Italia

La cerimonia di Premiazione



Un momento della cena di gala tenutasi il 7 maggio al Teatro Franco Parenti di Milano, in occasione della premiazione dei Popai Award 2012.