

### **Mladí kreatívci majú radi neobvyklé zadania!**

**Druhý ročník súťaže o najlepší a najtvorivejší dizajn návesov ako reklamnej plochy:  
„Navrhni kamión a presláv sa!“, prilákal dve stovky súťažiacich z Českej republiky a Slovenska!**

Spoločnosť ADTRUCKS, ktorá v ČR a SR ponúka umiestnenie reklamy na návesy kamiónov, usporiadala druhý ročník kreatívnej súťaže reklamných nápadov pre tieto netradičné nosiče. Do súťaže sa zapojili desiatky mladých študentov, grafikov, umelcov a fanúšikov. Dokopy vytvorili viac ako dvesto návrhov. Informácie o súťaži priniesli nielen odborné tlačené médiá, ale aj webové portály zamerané na grafiku a dizajn, sociálne siete, taktiež možnosti, čo súťaž ponúka, boli predstavené študentom vysokých a stredných škôl v oboch krajinách. V porovnaní s predchádzajúcim ročníkom pribudli partneri i z oblasti médií, tak aj škôl a organizácií spojených s cestovným ruchom. Súťažiaci si tak mohli vydoberať renomé nielen u odbornej poroty, ale aj u mediálnych špecialistov a pedagógov. ADTRUCKS tiež odmeňuje prvé štyri miesta v každej kategórii hodnotnými vecnými cenami.

„Cieľom súťaže bolo zapojiť do procesu vývoja reklamnej kampane mladých ľudí, ktorí majú originálny a skvelý pohľad na reklamu a marketing, a práve takýto pohľad je v našej brandži potrebný,“ hovorí Miro Brida, spolumajiteľ spoločnosti ADTRUCKS s.r.o. „Práve z tohto dôvodu sme usporiadali sériu školských prednášok a zapojili do celého projektu študentov dizajnu, marketingu, obchodu a komunikácie: budúcu generáciu marketingovej branže. Záujem študentov a mladých ľudí o zapojenie sa do našej súťaže prekonal všetky očakávania a potvrdil náš predpoklad, že táto forma reklamy a prezentácie je pre mladšiu generáciu príťažlivá.“

Návrhy boli zamerané na dve kategórie: „Propagácia tvojej vlasti“ a „Produktová reklama.“ Napriek očakávaniam organizátora prišlo veľa súťažných návrhov aj v kategórii na podporu Českej republiky a Slovenska. Odborná porota v zložení:

**Róbert Slovák** /Partner Respect APP, Prezident KRASu/, **Drahomíra Juriková** /Senior manažér digital služieb a marketingovej komunikácie Slovak Telekom, a.s./, **Mgr. Zuzana Ihnátová** /Fakultama médií Paneurópskej vysokej školy/, **František Šoltis** /Sales & marketing director Tatry mountain resorts/, **Denisa Pernicová** /Marketing/Campaign Manager Samsung Electronics Czech and Slovak/, **Bohumil Dohnal** /Creative director MADE BY VACULIK/, **Ľuboš Borovský** /Sales team leader HN magazines/, **Daniel Köppl** /Šéfredaktor, Marketing SalesMedia/, **Ing. Daniel Havlíček** /marketing FANUC Czech s.r.o./, **Hana Rošická** /Marketingová specialistka EP ENERGY TRADING, a.s./, **Mgr. Marek Mráz** /Ředitel odboru strategie a marketing Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism/, **David Brada** /majiteľ agentury Cream Prague/, **Mgr. Art. Jan Kolář** /grafik, pedagog, držiteľ Národných cien za design/, **Ondřej Kalista** /Creative Director Euro Agency s.r.o./

rozhodla, že víťazom súťaže „Navrhni kamión a presláv sa“ nielen v kategórii „Produktová reklama,“ ale aj v celkovom hodnotení súťaže, sa stala Nikola Scherhaufarová so súťažným návrhom „Magna.“ Tento návrh získal také množstvo výborných hodnotení odbornej poroty, že spoločnosť ADTRUCKS sa ho rozhodla umiestniť na kamión ADTRUCKS, ktorý bude 6 mesiacov brázdíť najfrekventovanejšie cesty Čiech, Slovenska a západnej Európy. V priebehu šiestich mesiacov ho bude mať možnosť denne vidieť vyše o 70 000 ľudí a každý mesiac prejde vyše 10 000 kilometrov.

**Bohumil Dohnal**, Creative Director, MADE BY VACULIK, ohodnotil víťazný návrh slovami: „Naozaj výborná práca, ktorá vynikajúco využíva nosič na netradičnú komunikáciu aj takejto citlivej témy. Určite zaujme.“



**VÝSLEDKY 2. ročníka súťaže „Navrhni kamión a presláv sa.“ Kategória:  
„propagácia tvojej vlasti.“**

1. miesto: **Juraj Špánik**,  
Ekonomická univerzita Bratislava,  
Slovensko  
návrh: „Nazri pod obal“

Drahomíra Juríková /Senior manažér digital služieb a marketingovej komunikácie, Slovak Telekom, a.s./, členka odbornej poroty víťazný návrh ohodnotila slovami: „Atraktívna prezentácia krajiny, dobrý insight, branding, trefné copy, promo skvelo pracuje s mobilitou/charakterom samotného reklamného nosiča cestovateľa/objaviteľa. Už len stačí pridať: „A za horami, za dolami čaká na všetkých Slovensko.““



2. miesto: **Barbora Hamarová**,  
Ekonomická univerzita, Bratislava,  
Slovensko  
návrh: Slovakia, Little Big Country...

Denisa Pernicová, Marketing /Campaign Manager, Samsung Electronics Czech and Slovak/, hodnotenie formulovala takto:

„Slovakia, Little Big Country, výstižne zobrazenie. Aj keď sme malá krajina, máme rozmanitosť a hodnoty, na ktoré sme my Slováci hrdí“.

2. miesto: **Bc. František Novák**,  
VUT Brno, Česká republika  
návrh: Čechy obrazom

„Oceňujem myšlienku prepojiť vo vizuáli reálne pamiatky a ich stvárnenie na plátne, ako upozornenie, že ČR má čo ponúknuť na poli architektúry, ako aj v oblasti umenia.“  
Odôvodňuje svoje hodnotenie Hana Blažková (Rošická), Marketingová špecialistka, EP ENERGY TRADING, a.s.



**VÝSLEDKY 2. ročníka súťaže „Navrhni kamión a presláv sa.“ Kategória:  
„Produktová reklama.“**

**1. miesto: Nikola Scherhaufarová**

Ekonomická univerzita Bratislava, SR  
návrh: „Magna“

*„Autentické využití existujícího média, navíc v jeho málo atraktivní podobě, silný PR potenciál, výborný nápad, vizuálně nejsilnější návrh.“ říká David Brada /majitel CreamPrague/*



**2. miesto: Jana Zajacová**

Ekonomická univerzita Bratislava, SR  
návrh: „ Železnice SR“

*„Chcela som obrázkom vyjadriť súčasnú situáciu pri cestovaní vlakom na Slovensku. Cestování zadarmo má zvýšiť životnú úroveň obyvateľov, ale jediné čo sa udeje je, že cesta vlakom bude nie len plná zážitkov pri tlačení sa do vagóna ale aj dokonale stratová preprava. Takto dať situáciu dať do povedomia ľuďom možno humorným spôsobom.“ komentuje svoj návrh sama autorka.*



**3. miesto: Adam Zmátlo**

VOŠ Michael, ČR  
návrh: Pilsner Urquell

*Miro Brida /spolumajitel ADTRUCKS s.r.o./ přemýšlí o tomto návrhu takto: „Vizuálně velmi pekne spracované, jednoduchý a pritom úderný vizuál, ktorý by si určite všimol každý účastník premávky, len asi odporúčam aby išlo skôr o nealko pivo“.*



ADTRUCKS ďakuje partnerom 2. ročníka súťaže

Mediální partneri:



**Stratégie**

MARKETINGSALES MEDIA

Partneri cestovného ruchu:



**CzechTourism**

Univerzity a školy:



 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta multimediálních komunikací



**ŠKOLA  
MICHAEL**