

kreativní řešení

APEROL
— 1919 —

NA ZDRAVÍ
PRAHO

METROZOOM CREATIVE

Jediná síť
reklamy v metru

SHOWCASE CLV

LENTIKULÁRNÍ TISK

SHOWCASE CLV

Vystavte svůj produkt
a vytvořte z CLV
skutečnou výlohu



TIC TAC

CLV jako krabička Tic Tac naplněná 350 kusy 3D bonbonů



PRINGLES

Plechovky plné brambůrků jako
součást komunikovaného vizuálu



SPORTOBCHOD

Antuka posetá více než
stovkou tenisových míčků



DM DROGERIE

Produkty doplněny
o reálné byliny



APEROL

Láhev Aperolu, sklenice s namíchaným
drinkem a ledem, to vše doplněné pomeranči



CANARIA TRAVEL

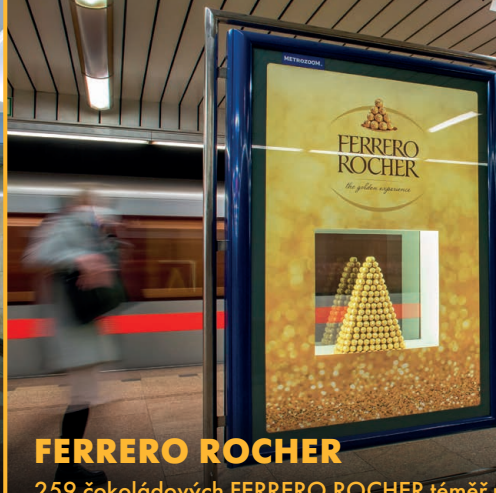
Pláž uprostřed nástupiště





MANUFATURA

Představení kompletní řady přírodní kosmetiky



FERRERO ROCHER

259 čokoládových FERRERO ROCHER téměř na dosah ruky cestujících



COLUMBIA

Zimní bunda vystavená stejně jako ve výloze obchodu



RITUALS

Výloha obchodu přímo uprostřed nástupiště



SPORTISIMO

Zapáchnuté lyže ve sněhu, rampouchy a namrzlé sklo citylightu



COLUMBIA

Místo plakátu jen samotná bunda, doplněná o polep skla



RITUALS

Vystavená kosmetika jako součást plakátu



FERRERO ROCHER

Skutečná Ferrero Rocher poskládaná do kuželu ve výřezu plakátu



GORENJE

CLV jako obrovská pračka plná skutečného prádla



SAZKA

Velké makety losů vystaveny přímo v citylighu



mBANK

Maketa platební karty jako hlavní prvek motivu



NESCAFÉ

96 skutečných plechovek uvnitř oboustranného CLV



COLUMBIA

Jednoduchá prezentace nových bot



MAKRO

CLV jako průhledný box na slevové letáky



L'OREAL

Skutečné kosmetické produkty doplňují představení novinky



PRE

Místo plakátu jen plastové kelímky uvnitř CLV. Doplněno polepem skla

LENTIKULÁRNÍ TISK

Měňte motiv přímo
před očima cestujících
dle úhlu jejich pohledu



DM DROGERIE

Představení dvou různých produktů

Pohled
zprava



Pohled
zleva

SEMTEX

Dynamická změna dvou neonových vizuálů

Pohled
zprava



Pohled
zleva

SAZKABET

Hokejista střílí puk přímo proti sklu

Pohled
zprava



Pohled
zleva

MORA
AKCE
K setu tří spotřebičů
sada nádobí zdarma

Nákupem oběhací set spotřebičů MORA a v rámci výměny výkonné sady kvalitního nerezového nádobí zdarma.

MORA
MORA
MORA

MORA

Představení produktů a vánoční soutěže na jednom CLV

Pohled
zprava

MORA
Soutěž
MORA naděluje spotřebiče
a další báječné výhry

Nákupem v období
1.10. - 30.11.2023
japonské spotřebiče MORA
účinnou zaregistrujete na webu
a vyzvoje další spotřebiče

MORA
MORA
MORA

Pohled
zprava

Pohled
zleva

HORNBACH
Jeden metr
čtvereční je malý.
Ale tvoje fantazie
nekonečná.

Každý metr čtvereční si zaslouží
být tím nejlepším na světě.

hornbach.cz/m2
HORN
BACH
5 let záruky

HORNBACH

Jak vměstnat 2 motivy do jednoho metru čtverečního?

Pohled
zprava

HORNBACH
Málo místa
potřebuje
velké nápady.

Každý metr
čtvereční
si zaslouží být
tím nejlepším
na světě.

hornbach.cz/m2
HORN
BACH
5 let záruky

Pohled
zprava

THE FIZZ

Na plakátu se střídá exteriér
a interiér nabízeného ubytování

THE FIZZ
Prague
JOIN THE NEXT-GEN
STUDENT LIVING
the-fizz.com/prague



O₂ pods+
Potlačí okolní hluk



O2

Zvukové vlny se mění přímo před očima



SHOWCASE CLV

Skutečný produkt ještě více přitáhne pozornost. Vystavením reálného výrobku vytvoříte z klasického CLV předsunutou výlohu přímo mezi cestujícími. Představíte ho tak těm, kteří by se s ním třeba jinak nesetkali. Zároveň ho opakovaně ukážete i vašim stávajícím zákazníkům v prostředí, kde se denně pohybují. Vystavit můžete oblečení, kosmetiku, nápoje, elektroniku atd., úplně stejně, jako kdybyste aranžovali skutečnou výlohu. Pro maximální vizuální vjem a účinnost doporučujeme využít obě dvě strany jednoho CLV.

Reference

dm drogerie, Jiří Peroutka, manažer komunikace

„Chtěli jsme využít i tuto možnost, kterou nosiče citylight nabízí, a vytvořit z nich doslova naše předsunuté výlohy. Díky navrženému konceptu showcases můžeme kolemjdoucím představit vybrané reálné produkty z řady certifikované přírodní kosmetiky alverde podobně jako v celé síti dm prodejen a našim zákazníkům odvyprávět příběh, který ožívá v účincích příslušných produktů ze světa výživy, krásy a péče o tělo.“

SportObchod.cz, Ondřej Bumbálek, marketingový ředitel

„Chtěli jsme představit náš e-shop a sportovní potřeby, které nabízíme, přímo tam, kde se lidé pohybují. Proto jsme se ve spolupráci s MetroZoom rozhodli pro maximální využití celého prostoru CLV a z každého z nich jsme doslova vytvořili výlohu s komunikovaným produktem.“

Cena

| PRONÁJEM | PRODUKČNÍ NÁKLADY | | | |
|---------------|-------------------|--------------------|-----------|---------|
| CENÍKOVÁ CENA | NÁVRH | VÝROBA A INSTALACE | TISK | CENA ZA |
| viz ceník CLV | zdarma | od 3 000 Kč | od 800 Kč | 1 CLV |

Poznámky:

Ceny jsou bez DPH.

Cena pronájmu není zahrnuta v ceně kreativního řešení.

Cena kreativního řešení se může lišit v návaznosti na konkrétní realizaci.

Kreativní řešení podléhá schválení ze strany společnosti MetroZoom.

V případě vystavení elektroniky není možné danou elektroniku zapojit pod proudem.

Produkcí daného řešení vždy zajišťuje společnost MetroZoom.

LENTIKULÁRNÍ TISK

Měňte jednoduše motiv přímo před očima cestujících, jen podle toho, z jakého úhlu se na něj dívají. Technologie lentikulárního tisku znázorňuje nejen iluzi hloubky, mění a přesouvá obraz pohledem z různých úhlů, ale také využívá tzv. „flip efekt“ se dvěma odlišnými obrazy. Na jedné statické ploše tak můžete komunikovat více vizuálů, které se mění přímo před pohybujícím se cestujícím. Lentikulární tisk vám umožňuje měnit na plakátu barvy, fotografie, polohy postav, text a mnoho dalšího.

Reference

The Fizz, Lukáš Obdržálek, agentura Digital Ant

„Cílem bylo zaujmout jak lidi, kteří prochází kolem a překvapí je nečekaná změna na tištěném plakátu, tak i cestující, kteří si chtějí o projektu přečíst víc. Díky lentikulárnímu tisku se nám povedlo i na statickém formátu odprezentovat dva vizuály (interiér i exteriér) s doplňujícími popisky, které projekt představí detailně i cestujícím, kterým třeba ujel vlak a mají pár minut navíc. Ukázalo se, že to funguje, protože díky nárůstu organické a přímé návštěvnosti jsme zaznamenali také nárůst nových rezervací.“

SEMTEX, Aleš Hladil, brand manager značky

„Tato kampaň dostala díky novým a netradičním formátům doslova nový rozměr a dynamiku. Ať už díky zmíněnému lentikulárnímu tisku nebo digitálním CLV, které do kampaně vnášejí také energii. Výsledný formát má tak ještě mnohem větší potenciál zaujmout.“

dm drogerie, Jiří Peroutka, manažer komunikace

„Chtěli jsme cestující zaujmout a zároveň jim představit obě naše aktuální limitované edice, které s sebou opět přináší výbornou kvalitu za nízkou cenu. Díky lentikulárnímu tisku jsme mohli vánoční design obou limitek odprezentovat najednou na stejném místě a maximálně tak využít každé jednotlivé CLV.“

Cena

| PRONÁJEM | PRODUKČNÍ NÁKLADY | | | | |
|---------------|-------------------|--------------------|-----------|-----------------|---------|
| CENÍKOVÁ CENA | NÁVRH | VÝROBA | TISK | INSTALACE | CENA ZA |
| viz ceník CLV | zdarma | 6 000 Kč / kampaň* | 10 000 Kč | v ceně pronájmu | 1 CLV |

*Jednorázový poplatek tiskárně za propojení více vizuálů do jednoho lentikulárního obrazu.
Cena je jednotná bez ohledu na počet kusů.

Poznámky:

Ceny jsou bez DPH.

Cena pronájmu není zahrnuta v ceně kreativního řešení.

Produkcí daného řešení vždy zajišťuje společnost MetroZoom.

Metro vám nabízí jedinečný prostor pro vaši komunikaci

[PROHLÉDNOUT INSPIRACE](#)