

# Venkovní reklama za březen 2008

Březnové hodnocení otvíráme žebříčkem venkovní reklamy. Porotě se nejvíc líbil Bernard z Humpolce, koše na zbytečné smlouvy od Vodafonu a bigboard s Mini.

Nejnižší známkou je nula, nejvyšší desítka, výsledek je průměrem známek od jednotlivých hodnotitelů.

## 1. místo – Bernard

8,9



**Zadavatel:** Rodinný pivovar Bernard  
**Agentura:** Euro RSCG Prague  
**Tvůrčí tým:** Alena Foustková, Martin Demartini, Vilém Kabzan  
**Account tým:** Ondřej Fiala  
**Mediální agentura:** Inreta

PČ	6
PK	9
KK	9
MF	9
MD	10
MH	8
HL	9
AF	10
KS	10

## 2. místo – Vodafone

8,4



**Zadavatel:** Vodafone CR  
**Agentura:** DDB Praha  
**Tvůrčí tým:** David Brada, Paul Matthews, Ivan Remiaš  
**Account tým:** Veronika Frederiksen, Jana Staniševská, Jan Fišer  
**Mediální agentura:** OMD Czech

PČ	8
PK	7
KK	7
MF	10
MD	9
MH	10
HL	7
AF	8
KS	10

## 3. místo – Mini Cooper

8,3



**Zadavatel:** BMW Group ČR  
**Agentura:** Klan  
**Tvůrčí tým:** Klan  
**Account tým:** Klan  
**Mediální agentura:** Initiative

PČ	9
PK	9
KK	8
MF	9
MD	8
MH	7
HL	10
AF	8
KS	7

## Porota



**Petra Čížková**  
**Beyond Interactive, Account Manager**  
Za mě rozhodně Mini Cooper – jediné netradiční pojetí standardní obdélníkové plochy, jasný brand a sdělení.

### Petr Koryták

**Media Strategy, Development Director**  
Kamikaze přelep – geniální nápad, jak skloubit omluvu s word of mouth, Febiofest – příliš mnoho textu; než se dostanu k hlavní informaci, billboard je pryč.



**Kateřina Kejvalová**  
**Cadbury ČR, Executive Assistant**  
Většina reklam mi bohužel vůbec nic neříká, nejsou vtipné ani viditelně barevné. Pouze Bernard a Kamikaze oslovily širokou veřejnost.

### Markéta Faberová

**Cadbury ČR, Key Account Manager**  
Jen málokterá reklama představuje originální nápad. Za takový považuji např. Vodafone s odpadkovým košem na nevýhodné smlouvy.



**Monika Dovoleová**  
**Raiffeisen stavební spořitelna, marketingový specialista**  
Febiofestu bych si za jízdy nevšimla. Skvělý projekt, ale sdělení na billboardu je dost nejasné. Bernard potvrzuje svůj nadhled, hravost a originalitu.

### Martina Hájková

**Thamesdown, Account Manager**  
Oceňuji Vodafone a jeho neustálé objevování nových reklamních nosičů – je inspirativní pro nás pro všechny.



**Helena Liška**  
**JWT Praha, Business Development Director**  
Bernard a Mini Cooper, opět doklad o kreativité agentury i klienta. CLV překvapila – zdaleka nejlepší využití formátu.

### Alena Foster

**C&COM Advertising, Key Account Manager**  
Vodafone – jednoduché, výstižné, vtipné. Kamikaze – v dané situaci asi to nejlepší, co mohl přelep říct. Red Bull – očekávala bych více kreativity.



**Kamil Skramuský**  
**Symbio, Account Manager**  
Mnohé vtipně propojené se zbytkem kampaně (zejména Vodafone). Chybí mi zajímavější ztvárnění.