

## KATEGORIA: NAPOJE

ATS

www.atsdisplay.com



**NAZWA DISPLAY'A:** PEPSI Industrial Line (Pepsi Swing, Bar Mini, Mównica, Potykacz, Organizator na stół konsumenta, Przyprawnik, Menu Holder, Gablota)

**KLIENT:** Pepsi-Cola General Bottlers Poland Sp. z o.o.

**WYMIARY:** Pepsi Swing: 1550 mm x 1200 mm x 2000 mm.

Industrial Bar Min: 800 mm x 480 mm x 1200 mm.

Mównica Industrial line: 440 mm x 315 mm x 1100 mm.

Potykaçz Linia industrial: 500 mm x 390 mm x 900 mm.

Organizator na stół konsumenta Industrial Line: 120 mm x 80 mm x 130 mm.

Przyprawnik Industrial Line: 185 mm x 45 mm x 185 mm.

Menu Holder Industrial Line: 105 mm x 60 mm x 45 mm.

Gablota Industrial Line: 550 mm x 35 mm x 350 mm.

**MATERIAŁ WYKONANIA:**

Wszystkie konstrukcje produktów z linii Industrial wykonane zostały ze stali malowanej proszkowo, z dodatkowym wykorzystaniem, zależnie od produktu, tworzyw sztucznych, mat magnetycznych oraz materiałów tekstylnych.

**FUNKCJONALNOŚĆ:**

Trwałe, stabilne konstrukcje, wykonane z najwyższej jakości materiałów, stanowią doskonałe narzędzia do restauracji i barów, łączące w sobie niezrównaną funkcjonalność z promocją kultowej marki.

**CECHY SZCZEGÓLNE:**

Produkty z linii Industrial Pepsi to prawdziwe dzieła sztuki użytkowej. Każdy element skupia uwagę na logo marki, podkreślając jego nowoczesny charakter i styl. Industrialna estetyka rozwiązań jest nie tylko wyrazem elegancji, ale również innowacyjności. Ta linia produktów to więcej niż tylko narzędzia marketingowe - to wszechstronne rozwiązania, które angażują konsumentów na każdym kroku ich codziennego życia. Niezależnie od tego, czy to lunch biznesowy czy rodzinne wyjście na obiad linia Industrial Pepsi zapewnia świetną nawigację prezentując bogatą ofertę lokalu i przede wszystkim informuje o dostępności Pepsi w tym miejscu.

**INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:**

Komunikacja marketingowa skupiona na promocji nowego logotypu i identyfikacji wizualnej marki z okazji 125. rocznicy jej powstania.

## KATEGORIA: NAPOJE

AAP  
ALL ABOUT PACKAGING

www.aapackaging.com.pl



**NAZWA DISPLAY'A:** Coca-Cola Meals Display

**KLIENT:** Coca-Cola / Link Worldwide

**WYMIARY:** 800 x 600 x 2300 mm.

**FUNKCJONALNOŚĆ:**

Display wizerunkowy, pozytywnie łączący markę Coca-Cola z ikoną wspólnego jedzenia oraz wspólnego spędzania czasu - Pizzą. Jednocześnie zapewniono dobre zatowarowanie produktem i ciągłą rotację towaru. Konstrukcja drewniano-metalowa zapewnia długotrwałą eksploatację. Wymienne grafiki typu flat dot - pozwalają na wykorzystanie display'a do dalszych kampanii lub akcji promocyjnych. Display 360 stopni - atrakcyjny wizualnie z każdej strony, pełny dostęp do produktów.

**CECHY SZCZEGÓLNE:**

Bardzo atrakcyjne, dwustronne, modne neonowe dekoracje. Neon w kształcie Pizzy w toperze. Neon w ikonicznym kształcie butelki Coca-Cola na boku. Neon pizza wzbogacony o unikatowy, przyciągający uwagę obrotowy logotyp Coca-Cola.

**INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:**

Display mający za zadanie stworzyć wspólne, pozytywne skojarzenia marki Coca-Cola w połączeniu z ikoną wspólnego jedzenia oraz wspólnego spędzania czasu - Pizzą!

## KATEGORIA: NAPOJE

posmedia  
POLAND

www.pos-media.pl



**NAZWA DISPLAY'A:** FANTA Shop-in-Shop

**KLIENT:** Coca-Cola HBC

**WYMIARY:** 1230 x 1080 x 1960 mm.

**MATERIAŁ WYKONANIA:**

Tektura, karton.

**FUNKCJONALNOŚĆ:**

Efektywne wykorzystanie przestrzeni - zarówno w pionie - półki pomarańczkowego standu pod wybrane produkty marki Fanta, jak i poziomie - połówka pomarańczy z zawartością większej ilości produktów.

Shop-in-shop w oryginalny sposób wyróżnia asortyment i umożliwi łatwy dostęp do produktów, a także dzięki kształtom i kolorom zwiększa atrakcyjność wizualną sklepu.

**CECHY SZCZEGÓLNE:**

Niestandardowa konstrukcja, elementy stałe i na dystansie w kształcie plasterków cytrusów; żywe kolory; grafika przykuwająca wzrok. SIS pełni funkcję ekspozycji, zachęcając do impulsowych zakupów.

Efektownie prezentuje się z każdej strony. Poszczególne części tworzą spójną całość np. dwie połówki pomarańczy.

**INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:**

Kampania miała na celu promocję nowej odsłony wariantów smakowych napoju Fanta. Zachęcała do poznania nowych receptur bazujących na cytrusach i mających zwiększoną zawartość soku owocowego i obniżoną zawartość cukru. Ekspozycje instalowane były w takich sieciach jak Carrefour Polska, E.Leclerc, SPAR Polska, Intermarké.

## KATEGORIA: NAPOJE

POS  
PERITA

www.posperita.pl



**NAZWA DISPLAY'A:** Ekspozycja „Route 66”

**KLIENT:** Orangina Schweppes Polska Sp. z o.o.

**WYMIARY:** 2900 x 1600 x 2250 mm.

**MATERIAŁ WYKONANIA:**

Główna konstrukcja wykonana z tektury falistej z zadrukiem cyfrowym UV. Dla lepszego efektu wizualnego wykorzystano podświetlenie za pomocą taśm LED oraz punktowych LEDów migających. Zderzak ekspozycji wykonany jest z materiału o metalizowanym wykończeniu. Dodatkowo, w ekspozycji znajdują się elementy plastikowe takie jak pistolety do dystrybutorów, peszle oraz płyty pleksi. Całość łączy naklejka podłogowa z nadrukiem, która spaja poszczególne elementy ekspozycji w spójną całość.

**FUNKCJONALNOŚĆ:**

Efektowna ekspozycja inspirowana kultową trasą „Route 66”, która w spektakularny i teatralny sposób prezentuje produkty. Zastosowanie efektu WOW przyciąga uwagę i zachęca do zakupu, jednocześnie zwiększając rozpoznawalność marki Dr Pepper. Każdy dystrybutor jest indywidualnie dostosowany do prezentacji konkretnego smaku napoju.

**CECHY SZCZEGÓLNE:**

Ekspozycja zaprojektowana została w duchu lat 50-tych, wykorzystując motyw amerykańskiej stacji benzynowej z tamtych czasów, będącej jednym z symboli legendarnej trasy „Route 66”.

**INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:**

Kampania promocyjna skierowana na zwiększenie sprzedaży napojów Dr Pepper poprzez promowanie nowych smaków. Akcja odbywa się na dużych powierzchniach sklepowych, co ma na celu przyciągnięcie uwagi większej liczby klientów i zaznajomienie ich z nową ofertą.

## KATEGORIA: ŻYWNOSĆ



www.wernerkenkel.com.pl



### NAZWA DISPLAY'A: Idealne połączenie

**KLIENT:** Grupa Maspex

**WYMIARY:** 595 x 310 x 1755 mm.

**MATERIAŁ WYKONANIA:**

Do wykonania standu użyto tektury falistej z papieru pochodzącego z recyklingu. Nadruk i cięcie wykonano w technologii cyfrowej bez użycia matrycy.

**FUNKCJONALNOŚĆ:**

Konstrukcja standu jest oryginalna, nie ma typowych półek i boków jak większość ekspozytorów na rynku. Skrzynie pełnią funkcje półek i jednocześnie są elementami nośnymi dzięki czemu do złożenia standu nie są potrzebne plastikowe klipsy ani dodatkowe wsporniki. Cały stand na czas transportu można rozłożyć do płaskiej postaci.

**CECHY SZCZEGÓLNE:**

Stand swoim wyglądem nawiązuje do wystroju swojskiej kuchni. Na grafice znajdują się kafle z ludowymi, łowickimi wzorami, drewniane akcesoria kuchenne i zioła pasujące do dań. Produkty są wyeksponowane w drewnianych skrzyniach nawiązujących do świeżych dostaw warzyw i owoców od lokalnych producentów.

**INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:**

Stojak eksponuje mix produktów dwóch marek: makarony marki Lubella i sosów marki Łowicz, które idealnie się łączą, tworząc szybkie, smaczne, nierzadko wykwintne dania. Takie połączenie produktów w jednym miejscu sprzyja sprzedaży produktów obu marek.

## KATEGORIA: ŻYWNOSĆ



www.artplex.pl



### NAZWA DISPLAY'A: Strefa Rockstar

**KLIENT:** PepsiCo

**WYMIARY:** 4800 x 800 x 2200 mm.

**MATERIAŁ WYKONANIA:**

Konstrukcja metalowa regalów malowana proszkowo, obudowa i pozostałe elementy ekspozycji z tworzywa, oświetlenie LED.

**FUNKCJONALNOŚĆ:**

Wieloelementowa strefa Rockstar to strategicznie zaprojektowany system ekspozycji produktów mający na celu zwiększenie sprzedaży napojów i przekąsek oferowanych przy kasie oraz w strefie zakupowej.

**CECHY SZCZEGÓLNE:**

Wykorzystanie urządzeń chłodniczych zintegrowanych koncepcyjnie i wizualnie z produktami Doritos i napojami Rockstar.

**INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:**

Głównym założeniem kampanii było zmaksymalizowanie wykorzystania przestrzeni sklepowej poprzez strategiczne rozmieszczenie wielko- i małogabarytowych materiałów POS klienta w różnych częściach strefy przykasowej prowadzącej do zwiększania sprzedaży impulsowej.

## KATEGORIA: ŻYWNOSĆ



www.maspex.com



### NAZWA DISPLAY'A: Lubella zabudowa restauracja

**KLIENT:** Grupa maspex

**WYMIARY:** 1200 x 800 x 1800 mm.

**MATERIAŁ WYKONANIA:**

Sklejka sosnowa barwiona, deska sosnowa barwiona, kaseton połączony z opcją ledona, daszki zadrukowany materiał pcv, wymienne grafiki wykonane z biodegradowalnego surowca plaster miodu.

**FUNKCJONALNOŚĆ:**

Zabudowa permanentna z możliwością sprzedaży z wszystkich czterech stron. Po zatowarowaniu możliwość przewożenia wózkiem widłowym (ukryte prowadnice), dzięki czemu jest bardzo mobilna. Posiada wymienne grafiki.

**CECHY SZCZEGÓLNE:**

Ekspozycja wykonana z materiałów w części biodegradowalnych oraz pochodzących z recyklingu.

**INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:**

Nowa kampania jest kontynuacją działań marki w ramach platformy komunikacyjnej „pysznie na tym wyjdiesz”, Lubella po raz kolejny inspirowa do oszczędzania, pokazując, że w domowych warunkach można zjeść równie pysznie, ale taniej niż w restauracji.

## KATEGORIA: ALKOHOL



www.atsdisplay.com



### NAZWA DISPLAY'A: OLVI Tuplapukka Stand

**KLIENT:** Olvi Oyj

**WYMIARY:** 790 mm x 390 mm x 1500 mm.

**MATERIAŁ WYKONANIA:**

Konstrukcja metalowa malowana proszkowo, sklejka, drewno bukowe.

**FUNKCJONALNOŚĆ:**

Stand przystosowany do prezentacji produktów w opakowaniach szklanych jak i w puszkach. Wymienne grafiki mocowane na magnes umożliwiają dostosowanie standu do przyszłych kampanii promocyjnych. Stand został zaprojektowany tak, aby pomieścić dużą ilość produktów, jednocześnie zachowując porządek i przejrzystość ekspozycji. Stand, dzięki swojej funkcjonalności i elastyczności, doskonale sprawdza się w różnych punktach sprzedaży, od supermarketów po specjalistyczne sklepy z alkoholem.

**CECHY SZCZEGÓLNE:**

Stand charakteryzują ciekawe detale takie jak tło standu przypominające nieregularny drewniany plot, co jest bezpośrednim nawiązaniem do stylu skandynawskiego, wizerunek kozła oraz charakterystyczny złocistożółty kolor ramy i półek, korespondujący z kolorem piwa Tuplapukka. Kształt samej ramy odzwierciedla kształt beczki, w który układa się również logo tego ponad 130-letniego fińskiego browaru.

**INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:**

Kampania promująca piwo OLVI Tuplapukka czerpie inspirację z industrialnego i skandynawskiego designu, tworząc spójny i atrakcyjny wizualnie przekaz. Grafiki przedstawiające charakterystycznego kozła Tuplapukka oraz intensywne kolory efektywnie przyciągają uwagę konsumentów, jednocześnie podkreślając unikalność produktu.



www.atsdisplay.com



**NAZWA DISPLAY'A: Multibrand Premium Display**

**KLIENT:** Bacardi Martini Polska Sp. z o.o.

**WYMIARY:** 1000 x 860 x 1990 mm.

**MATERIAŁ WYKONANIA:**

Konstrukcja metalowa malowana proszkowo, sklejka fornirowana, tworzywa sztuczne, taśmy i maty LED.

**FUNKCJONALNOŚĆ:**

Stand posiada możliwość zatowarowania pięciu sekcji ekspozycyjnych alkoholi marek premium. Każda sekcja jest zaprojektowana tak, aby optymalnie wyeksponować produkty, z unikalnymi elementami graficznymi i kolorystycznymi, które odzwierciedlają tożsamość danej marki. Szósta ściana oraz dodatkowe mniejsze kasetony na pozostałych ścianach, wyposażone są w podświetlaną, wymienną komunikację. Przez panel komunikacyjny szóstej ściany możliwa jest również obsługa serwisowa układów LED.

**CECHY SZCZEGÓLNE:**

Tło poszczególnych sekcji wyróżnia się unikalnymi patternami charakterystycznymi dla danej marki, nadrukowanymi na tworzywo z laminacją lustrzaną, co dodaje głębi i tekstury do całego designu. Konstrukcja standu opiera się na ergonomicznych, zaokrąglonych kształtach, które nie tylko estetycznie prezentują produkty, ale również tworzą płynne przejścia między różnymi sekcjami. Efektowne podświetlenie dodaje wyrafinowania i przyciąga uwagę konsumentów, podkreślając detale produktów i tworząc przyjemną atmosferę luksusu.

**INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:**

Kampania skupia się na jakości i ekskluzywności, odpowiadając na rosnące zapotrzebowanie na premiumizowane produkty, promując limitowane edycje alkoholi jako kolekcjonerskie przedmioty.



www.atsdisplay.com



**NAZWA DISPLAY'A: Wavy Stand Kinley & Finlandia - HPD**

**KLIENT:** ASL Service (Poland) Sp. z o.o.

**WYMIARY:** 790 x 590 x 1700 mm.

**MATERIAŁ WYKONANIA:**

Konstrukcja metalowa malowana proszkowo, płyta meblowa, tworzywo sztuczne, układy LED.

**FUNKCJONALNOŚĆ:**

Stand został zaprojektowany z myślą o maksymalnej efektywności ekspozycji produktów w punktach sprzedaży i podczas eventów promocyjnych. Jego stabilna konstrukcja zapewni długotrwałe użytkowanie i wyraźną prezentację produktów, zapewniając łatwy dostęp do każdej z podświetlanych półek. Kasetony rozdzielające poszczególne strefy półkowe umożliwiają wymianę komunikacji lub prezentację przepisów na drinki.

**CECHY SZCZEGÓLNE:**

Wyraziste kolory – intensywny niebieski Finlandii i złoty Kinley'a – połączone z eleganckimi drewnianymi akcentami tworzą przyciągające wzrok kompozycje. Stalowa konstrukcja w kolorze miedzi, inspirowana destylarnianymi kadziami, dodaje całości wyrafinowanego, industrialnego charakteru. Tło standu z trójwymiarowym efektem nakładających się płyt i lustro, w połączeniu z subtelnym podświetleniem, tworzy hipnotyzujący obraz załamujących się fal, symbolizujący magiczne przenikanie się płynów w komponowanych drinkach.

**INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:**

Kampania promocyjna Kinley & Finlandia skupia się na podkreśleniu wspólnej filozofii obu marek, jaką jest dbałość o najwyższą jakość i autentyczność produktów. Finlandia Vodka, znana z czystości i wyjątkowego smaku, oraz Kinley, marka toników i napojów gazowanych, łącząc siły, aby stworzyć niepowtarzalne doświadczenie dla konsumentów. Mocny nacisk na identyfikację wizualną i spójność przekazu marketingowego, mają na celu zwiększenie rozpoznawalności obu marek i przyciągnięcie nowych klientów.



www.posline.pl



**NAZWA DISPLAY'A: Finlandia Vodka Experience\_1/2**

**KLIENT:** Coca-Cola Hbc Polska sp. z o.o

**WYMIARY:** 800 x 483 x 2050 (z odbojnikami 1000 x 586 x 2050 mm).

**MATERIAŁ WYKONANIA:**

Ekspozytor wykonany jest z wysokiej jakości materiałów: Płyta meblowa, metal, plexi, tworzywa, ledy, druk.

**FUNKCJONALNOŚĆ:**

Ekspozycja "Finlandia Vodka Experience\_1/2" umożliwia atrakcyjną prezentację oferowanego produktu oraz stanowi efektywne narzędzie komunikacji z Klientem, dodatkowo ekspozycje cechuje stabilna konstrukcja, łatwy dostęp klientów do produktów, łatwa wymiana komunikacji, wyeksponowanie produktów.

**CECHY SZCZEGÓLNE:**

"Finlandia Vodka Experience\_1/2" to ekspozycja charakteryzująca się nawiązaniem do świata marki Finlandia. Ekspozycję charakteryzuje wysublimowany design oraz unikatowe formy oświetlenia podkreślające markę produktu.

**INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:**

Kampania o zasięgu krajowym, skierowana do kanału Modern Trade oraz mająca na celu zwiększenie udziału marki Finlandia w rynku alkoholi.



www.edelweiss.com.pl



**NAZWA DISPLAY'A:**

**Ekspozycja spektakularna Cross Kinley + Finlandia**

**KLIENT:** Coca-Cola HBC Polska Sp z o.o.

**WYMIARY:** 1100 x 600 x 1950 mm.

**MATERIAŁ WYKONANIA:**

Ekspozytor wykonany z płyty meblowej z elementami stalowymi, elementami PCV, elementami dekoracyjnymi (sztuczne liście, cytryny), elementami z plexi, podświetlenie led, kielich i butelka - elementy termoformowane + oklejanie grafiką w formie naklejek.

**FUNKCJONALNOŚĆ:**

Ekspozycja produktowo - wizerunkowa.

**CECHY SZCZEGÓLNE:**

Elementy termoformowane.

**INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:**

Cross Kinley/Finlandia.



**NAZWA DISPLAY'A: Finlandia Vodka Experience ¼**

**KLIENT:** Coca Cola HBC Polska sp. z o. o.

**WYMIARY:** 600 x 400 x 1800 mm.

**MATERIAŁ WYKONANIA:**

Płyta meblowa, Oświetlenie LED.

**FUNKcjONALNOŚĆ:**

Stand wizerunkowo sprzedażowy. Stand dostarczany do punktów sprzedaży w całości, gotowy do podłączenia.

**CECHY SZCZEGÓLNE:**

Ekspozycja produktu, wymienna grafika. Logo Finlandia bardzo wyróżnione oświetleniem jako toper standu. Boczna grafika – rozświetlony Ledon w kształcie butelki Finlandia.

**INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:**

Podkreślenie pozycji lidera na rynku. Stand przeznaczony do każdego kanału sprzedaży.



**NAZWA DISPLAY'A: The Ritual of Sakura display**

**KLIENT:** Rituals

**WYMIARY:** 770 x 400 x 16700 mm.

**MATERIAŁ WYKONANIA:**

Płyta mdf lakierowana, rurki aluminiowe, elementy stalowe lakierowane, metaloplastyka lakierowana, podświetlenie led, ekran LCD okrągły, elementy graficzne z tworzywa, kwiaty sztuczne.

**FUNKcjONALNOŚĆ:**

Display promujący 3 bestsellerowe produkty marki Rituals z kolekcji the Ritual of Sakura. Ekspozycja permanentna która łączy ekskluzywności marki Rituals, podkreśla specyfikę kolekcji the Ritual of Sakura i jej głównej nuty zapachowej z jednoczesnym wyeksponowaniem flagowych produktów.

**CECHY SZCZEGÓLNE:**

Zastosowanie okrągłego ekranu led, elegancka forma, wykorzystanie różnych technik i materiałów do produkcji.

**INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:**

The Ritual of Sakura czerpie inspirację ze starożytnej japońskiej ceremonii hanami, zachęcając do celebrowania każdego dnia jako nowego początku. W kolekcji głównymi nutami zapachowymi są kwiaty wiśni połączone ze świeżymi, energicznymi nutami zielonymi i delikatnymi mlecznymi niuansami.



**NAZWA DISPLAY'A: Pantene WOW wyspa**

**KLIENT:** Communis dla Procter & Gamble

**WYMIARY:** 1760 x 1340 x 1978 mm.

**MATERIAŁ WYKONANIA:**

Tektura falista, karton GC2, kraft, folia metaliczna (złoto) i folia lustrzana.

**FUNKcjONALNOŚĆ:**

Projekt Pantene WOW to zabudowa wyspy z 2 standami wyposażonymi w półki na produkty oraz dodatkowym podium z półeczką. Całość uzupełnia eleganckie podium z lustrem, które zwiększa atrakcyjność ekspozycji i umożliwia klientom testowanie produktów. Idealne w każdej przestrzeni sklepowej, przyciąga wzrok i generuje efekt WOW.

**CECHY SZCZEGÓLNE:**

Projekt Pantene WOW wyróżnia się nietypową, owalną konstrukcją oraz efektownymi elementami ze złotej metalizy i folii lustrzanej, które przykuwają wzrok. Eko-friendly konstrukcja łączy estetykę z wytrzymałością, dorównując standardom permanentnym, co spełnia wysokie wymagania klienta.

**INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:**

Projekt Pantene WOW to innowacyjna kampania, która przekształciła pierwotny pomysł klienta w udaną realizację. Zamiast planowanej konstrukcji, zastosowano sprawdzony stojak, który zdobył uznanie. Ekspozytor, idealny w każdej przestrzeni sklepowej, osiągnął efekt premium i spełnił cele marketingowe.



**NAZWA DISPLAY'A: Jim Beam Sunshine**

**KLIENT:** Stock Polska Sp. z o.o.

**WYMIARY:** 600 x 400 x 1400 mm.

**MATERIAŁ WYKONANIA:**

Kaszerowana tektura falista.

**FUNKcjONALNOŚĆ:**

Display reklamowy Jim Beam Sunshine Blend to przemyślana konstrukcja, która łączy funkcjonalność z letnim, przyciągającym wzrok designem. Mocowanie do palety CHEP ułatwia transport i montaż, a elementy dekoracyjne 3D, takie jak leżak i kolorowe okulary, skutecznie oddają wakacyjny klimat, idealnie komponując się z charakterem limitowanej edycji whiskey. Jasna kolorystyka oraz prezentacja produktu akcentują najlepsze sposoby serwowania Jim Beam Sunshine Blend, podkreślając jego wyjątkowy smak i wszechstronność, szczególnie podczas letnich spotkań i wieczorów.

## KATEGORIA: KARTONOWE



www.posperita.pl



### NAZWA DISPLAY'A: Ekspozycja „Route 66”

**KLIENT:** Orangina Schweppes Polska Sp. z o.o.

**WYMIARY:** 2900 x 1600 x 2250 mm.

#### MATERIAŁ WYKONANIA:

Główna konstrukcja wykonana z tektury falistej z nadrukiem cyfrowym UV. Dla lepszego efektu wizualnego wykorzystano podświetlenie za pomocą taśm LED oraz punktowych LEDów migających. Zderzak ekspozycji wykonany jest z materiału o metalizowanym wykończeniu. Dodatkowo, w ekspozycji znajdują się elementy plastikowe takie jak pistolety do dystrybutorów, peszle oraz płyty pleksi. Całość łączy naklejka podłogowa z nadrukiem, która spaja poszczególne elementy ekspozycji w spójną całość.

#### FUNKCJONALNOŚĆ:

Efektowna ekspozycja inspirowana kultową trasą „Route 66”, która w spektakularny i teatralny sposób prezentuje produkty. Zastosowanie efektu WOW przyciąga uwagę i zachęca do zakupu, jednocześnie zwiększając rozpoznawalność marki Dr Pepper. Każdy dystrybutor jest indywidualnie dostosowany do prezentacji konkretnego smaku napoju.

#### CECHY SZCZEGÓLNE:

Ekspozycja zaprojektowana została w duchu lat 50tych, wykorzystując motyw amerykańskiej stacji benzynowej z tamtych czasów, będącej jednym z symboli legendarnej trasy „Route 66”.

#### INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Kampania promocyjna skierowana na zwiększenie sprzedaży napojów Dr Pepper poprzez promowanie nowych smaków. Akcja odbywa się na dużych powierzchniach sklepowych, co ma na celu przyciągnięcie uwagi większej liczby klientów i zaznajomienie ich z nową ofertą.

## KATEGORIA: KARTONOWE

# 3m

projekt

www.3mprojekt.com.pl



### NAZWA DISPLAY'A: Namiot Leibnitz

**KLIENT:** Bahlsen Polska Sp. z o.o.

**WYMIARY:** 1200 x 800 x 1650 mm.

#### MATERIAŁ WYKONANIA:

Tektura falista BC 908g/m<sup>2</sup>; zadruc cyfrowy.

#### FUNKCJONALNOŚĆ:

Ekspozycja w najbardziej uniwersalnym formacie handlowym czyli jednej europalety. Zakładając ułożenie pełnego asortymentu towaru w dedykowanych kominach 1/4 palety, bezpośrednio w kartonach zbiorczych. W skład zestawu oprócz kominów wchodzi również dwa boczne panele z grafiką oraz przestrzenny toper w kształcie namiotu. Całość zabudowy była dostarczana do sklepów „na płasko”, do samodzielnego montażu przez przedstawiciela handlowego.

#### CECHY SZCZEGÓLNE:

Aktywacja miała miejsce w okresie wiosenno-letnim. W key visualu loteryjnym pojawił się więc motyw namiotu zrobionego z ciasteczek Leibnitz. Ten element graficzny został więc też główną osią kreatywną całej konstrukcji paletowej. Przestrzenna bryła namiotu jest bardzo czytelnym kształtem dla większości konsumentów. I ma bardzo pozytywne skojarzenia związane z bestroskim spędzaniem wolnego czasu. Tak charakterystyczny element umieszczony na wysokości wzroku nie może być więc niezauważony przez klientów. W walce o widoczność w punktach sprzedaży pomaga tutaj również brandowy żółty kolor, który jak zawsze jest dominantą w grafikach Leibnitz. Tym razem skojarzenia ze słońcem i piaskiem plaży nasuwają się wręcz same.

#### INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

W ramach kampanii in-store zostały zaprojektowane również inne materiały ekspozycyjne takie jak kosze wyspowe czy też displaye 1/6 palety.

## KATEGORIA: KARTONOWE



www.tfp.com.pl



### NAZWA DISPLAY'A: Coca-Cola - Food Truck

**KLIENT:** Coca-Cola / Link Worldwide

**WYMIARY:** 2350 x 800 x 2500 mm.

#### FUNKCJONALNOŚĆ:

Ekspozycja tekturowa w formie Food Truck'a buduje pozytywne skojarzenia - wspólne jedzenie, wspólne spędzanie czasu, zabawa, relaks - z marką Coca-Cola. Zapewnia dobre zatowarowanie produktem, ciągłą rotację towaru. Wymienne grafiki - plakaty oraz polaroidy - pozwalają na wykorzystanie ekspozycji do dalszych kampanii lub akcji promocyjnych.

#### CECHY SZCZEGÓLNE:

Zastosowanie konstrukcji tekturowej sprawia, że ekspozycja jest łatwa w montażu, ekologiczna oraz rozsądna ekonomicznie. Jednocześnie dzięki świetnej szacie graficznej jest efektowna, impaktowa. Buduje pozytywne skojarzenia oraz tworzy inspirującą przestrzeń. Rekwizyty w postaci grafik a'la polaroid oraz lampki wzmacniają efekt teatralizacji ekspozycji. Branding graficzny skutecznie łączy świat jedzenia oraz Coca-Coli.

#### INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Ekspozycja Food Truck Coca-Cola na okres wiosna/lato, budująca pozytywne skojarzenia marki Coca-Cola z motywem jedzenia, kreująca pozytywną przestrzeń, zachęcającą do wspólnego spędzania czasu - Razem Znaczy Lepiej.

## KATEGORIA: ELEKTRONIKA



www.displayplus.pl



### NAZWA DISPLAY'A: Sonicare Human Size

**KLIENT:** Philips Polska Sp. z o.o.

**WYMIARY:** 400 x 400 x 2200 mm.

**MATERIAŁ WYKONANIA:** Body szczoteczki i ładowarka zostało wykonane z lakierowanego MDFu, podświetlenia to instalacje ledowe, a włosie szczoteczki zostało wydrukowane na drukarce 3D.

#### FUNKCJONALNOŚĆ:

Mockup szczoteczki sonicznej został wyprodukowany w celu promowania produktu na konferencjach, eventach oraz imprezach branżowych. Jego rozmiar góruje nad większością mebli i eksponatów w miejscach ekspozycji, dzięki czemu Sonicare Human Size można dostrzec z dużej odległości. Nie zginie w tłumie.

#### CECHY SZCZEGÓLNE:

Wysoki na ponad dwa metry mockup jest wierną kopią swojego mniejszego wzoru. Oddaje wszelkie detale w kształcie, kolorze i podświetleniach oryginalnego produktu, począwszy od ładowarki po układ włosia w główce szczoteczki.

#### INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Celem kampanii jest promocja szczoteczki sonicznej, zwiększenie rozpoznawalności brandu Sonicare oraz promowanie nowego modelu szczoteczki.

## KATEGORIA: ELEKTRONIKA



**WARREN'S**  
INNOVATIVE POS PRODUCES

www.warrens.pl



**NAZWA DISPLAY'A:** Stand TCL Media Expert Corner 4.0

**KLIENT:** TCL

**WYMIARY:** 2450 x 700 x 1150 mm.

**MATERIAŁ WYKONANIA:**

Stal nierdzewna, drzewo buk i brzoza, tkanina poliester, stal, plexi, LED.

**FUNKCJONALNOŚĆ:**

Wielofunkcyjny ekspozytor sklepowy umożliwiający łatwą zmianę podświetlanej komunikacji prezentujący dwa telewizory oraz dwa zestawy sub-woofer + soundbar marki TCL. Instalacja w wyselekcjonowanych lokalizacjach sklepów z elektroniką sieci Media Expert. Oprócz wsparcia sprzedaży ma za zadanie prezentację dużych ekranów oraz nowości marki TCL z zakresu jakościowego odtwarzania dźwięku.

## KATEGORIA: NALADOWE



www.edelweiss.com.pl



**NAZWA DISPLAY'A:**

**Gloryfier Ploom**

**KLIENT:** JTI Sp. z o.o.

**WYMIARY:** 175 x 175 x 270 mm.

**MATERIAŁ WYKONANIA:**

MDF lakierowany błysk, pałąk plexi opal + aluminium lakierowane błysk, podświetlenie LED, podstawka pod urządzenie obrotowa.

**FUNKCJONALNOŚĆ:**

Designerska forma i funkcjonalna prezentacja produktu w jednym. Ekspozytor naladowy z podświetleniem w kształcie urządzenia Ploom. Podświetlenie pałąku skierowane na obracające się na podstawie urządzenie z limitowanej serii w kolorze Ora Ito Red.

**CECHY SZCZEGÓLNE:**

Bryła standu to połączenie kształtu urządzenia Ploom oraz ekspozycji samego urządzenia. Całość wykonana z płyty MDF oraz aluminium lakierowanego z zastosowaniem podświetlenia LED i silnika obrotowego. Całość zasilana na baterie – dzięki czemu ma bardziej uniwersalne zastosowanie w kanale own retail. Prosta lecz nie oczywista forma, kolor nawiązujący do urządzenia, subtelne podświetlenie – to zdecydowane atuty tego ekspozytora.

**INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:**

Zadanie polegało na zaprojektowaniu unikatowego ekspozytora, który w ciekawej lecz minimalistycznej formie zaprezentuje urządzenie marki Ploom z limitowanej kolekcji Ora Ito, w punktach sprzedaży Ploom. Zadanie o tyle trudne, że Gloryfier miał być designerski – ale jednocześnie skupiający uwagę na meritum – czyli urządzeniu Ploom.

## KATEGORIA: DIGITAL POS



www.posperita.pl



**NAZWA DISPLAY'A:** Brama „RED BULL”

**KLIENT:** Dla RED BULL przy współpracy z agencją In-store Media.

**WYMIARY:** 2900 x 110 x 3500 mm.

**MATERIAŁ WYKONANIA:**

Tektura falista z nadrukiem UV. Dodatkowo logo Red Bulla jest wykonane w technologii metalizacji, co dodaje elegancji i przyciąga wzrok. W dolnej części bramy zamontowany jest ekran cyfrowy, a ozdobne skrzydła wykonane z piór dodają unikatowego charakteru i są nawiązaniem do charakterystycznych elementów marki Red Bull.

**FUNKCJONALNOŚĆ:**

Brama jest umieszczona strategicznie przy alejkach, co gwarantuje wysoką widoczność. Zadaniem displaya jest informowanie o produktach Red Bulla, zachęcanie do ich zakupu oraz budowanie świadomości marki. Wysokość i umiejscowienie displaya zapewniają widoczność z każdego miejsca w sklepie, co jest kluczowe w zatłoczonych przestrzeniach handlowych.

**CECHY SZCZEGÓLNE:**

W dolnej części bramy znajduje się ekran cyfrowy, który odtwarza spot reklamowy prezentujący produkty Red Bull. Jest to nowoczesne narzędzie marketingowe, które pozwala na dynamiczne przedstawienie zalet produktu, co może skuteczniej przyciągnąć uwagę potencjalnych klientów.

## KATEGORIA: DIGITAL POS



www.edelweiss.com.pl



**NAZWA DISPLAY'A:**

**Ekspozycja spektakularna, multimedialna Marvel**

**KLIENT:** Coca-Cola HBC Polska Sp z o.o.

**WYMIARY:** 2000 x 800 x 2400 mm.

**MATERIAŁ WYKONANIA:**

Konstrukcja stalowa z elementami płyty meblowej, dodatkowo elementy pcv, elementy z plexi, podświetlenia led, multimedia: ekrany Led, Ekran LCD, listwy LCD.

**FUNKCJONALNOŚĆ:**

Ekspozycja produktowo – wizerunkowa.

**CECHY SZCZEGÓLNE:**

Innowacyjne rozwiązania multimedialne.

**INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:**

Kampania Marvel współpracująca Coca-Cola z Disney.

## KATEGORIA: DESIGN ROKU



www.aapackaging.com.pl



### NAZWA DISPLAY'A: Simple Piano

**KLIENT:** STOCK Polska.

### FUNKCJONALNOŚĆ:

Kompozytor Michał Kleofas Ogiński to jego imieniem i nazwiskiem sygnowany jest produkt, dla którego nośnikiem jest smukła butelka. Simple Piano, ideą było opakowanie „klawisz”. Butelka leży w aksamicie, który nawiązuje do siedzisk fortepianowych, dostęp do produktu jest wyłącznie przez uchylność długiego boku, który w czasie otwierania odkrywa kolejną tajemnicę – pełne otwarcie burty rozkłada wachlarz zadrukowany motywem wnętrza fortepianu. Pojedyncze opakowanie wygląda jak „klawisz fortepianu” dla którego powstał POS ekspozycyjny, opakowania leżąc w niewielkiej grupie i symulują fragment „przekroju” fortepianu. Jak widać projekt z zewnątrz jest dość prosty i minimalistyczny dopiero po wglądnięciu się w jego formę dostrzegamy ilość detali i pracy konstrukcyjnej jaka była w niego włożona tak, aby powstał obiekt idealny z przesłaniem tematycznym, ale jednocześnie z nieprzerywaną formą. W tym projekcie opakowanie nie istnieje bez POS-a i POS bez opakowania - uzupełniają się nawzajem.

### CECHY SZCZEGÓLNE:

POS 1/8 palety wykonany w całości z MDFu lakierowanego w czerni na wysoki połysk, malowanie natryskowe w czerni + głęboki dwuwarstwowy klar, czas polerowania i korekt lakierniczych celem uzyskania efektu „czerni fortepianowej” – 12 godzin. Brand na ekspozytorze, tu zastosowano czarną folię plotowaną w macie dla podkreślenia wizerunku, ale nie zakłócenia bryły i przekazu nadanej formy.

### INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Nowa ekspozycja premium – OGIŃSKI VODKA dla STOCK Polska, POS/Ekspozytor na opakowanie w formie klawisza fortepianu, ma podkreślać pozycję marki oraz wyróżnić nowy produkt.

## KATEGORIA: DESIGN ROKU



www.atsdisplay.com



### NAZWA DISPLAY'A: Linia A. H. Riise (A. H. Riise Special Display i A. H. Riise Roulette Table)

**KLIENT:** Sierra Madre GmbH

**WYMIARY:** A. H. Riise Special Display: 780 x 580 x 1940 mm

A. H. Riise Roulette Table: 750 x 1300 x 1045 mm

### MATERIAŁ WYKONANIA:

Drewno bukowe i dębowe, sklejka, płyta fornirowana, elementy metalowe, układy LED, elementy tekstylne/ozdobne (ekoskóra, sztuczne rośliny, dywan, ruletka etc.).

### FUNKCJONALNOŚĆ:

Linia standów A. H. Riise została zaprojektowana z myślą o ekskluzywnej prezentacji rumów tej marki. Konstrukcja standów zapewnia łatwy, dwustronny dostęp do produktów, co umożliwia efektywne eksponowanie. Stand zaprojektowany w formie stołu do ruletki, przyciąga uwagę i tworzy interaktywną przestrzeń do degustacji rumów. Centralnym elementem jest działająca ruletka, która wprowadza element zabawy i angażuje konsumentów.

### CECHY SZCZEGÓLNE:

Linia standów inspirowana jest czasami kolonialnymi, pasją do dalekich podróży i atmosferą ekskluzywnych kasyn. Luksusowe materiały wykończeniowe, takie jak drewno i złote akcenty, nadają elegancji i zapraszają do eksploracji świata A. H. Riise. Nastrojowe oświetlenie LED podkreśla wyrafinowany charakter produktów i zachęca do zatrzymania się przy standach. Subtelne detale, takie jak pikowane panele, panele boczne z industrialnej siatki, dywan czy globus, dodatkowo wzmacniają prestiżowy wizerunek marki i przenoszą w świat odkryć i przygód.

### INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Standy są częścią strategii marketingowej mającej na celu zwiększenie rozpoznawalności marki oraz jej produktów w punktach sprzedaży, przy jednoczesnym zachowaniu spójności prezentacji produktów z wizerunkiem marki.

## KATEGORIA: DESIGN ROKU



www.posperita.pl



### NAZWA DISPLAY'A: Strefa promocyjna LEGO® „Botanicals”

**KLIENT:** Dla LEGO POLSKA SP. Z O.O. przy współpracy z agencją DEK Sp. z o.o.

**WYMIARY:** Pergola - 900 x 900 x 1900 mm, wózek - 1170 x 770 x 2360 mm.

### MATERIAŁ WYKONANIA:

Tektura falista z nadrukiem cyfrowym UV.

### FUNKCJONALNOŚĆ:

Strefa promocyjna o nazwie "Botanicals" została zaprojektowana do promowania kwiatowej serii zestawów klocków LEGO®, przeznaczonej głównie dla dorosłych fanów budowania. Centralnym elementem strefy jest ogrodowa pergola, służąca nie tylko jako elegancka dekoracja, ale również miejsce, gdzie klient może usiąść i zrobić sobie zdjęcie w otoczeniu kwiatów. Obok pergoli znajduje się specjalnie zaprojektowany wózek wystawienniczy. Jego estetyczne wykonanie współgra z pergolą, tworząc spójną aranżację kwiatowej strefy. Całość ma na celu przyciągnięcie uwagi dorosłych klientów i zwrócenie ich uwagi na nowy segment produktów LEGO.

### CECHY SZCZEGÓLNE:

Ekspozycja została zaprojektowana z myślą o dorosłych, co jest novum w segmencie klocków LEGO®, zwykle kojarzonych z zabawkami dla dzieci.

### INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Kampania promocyjna w sklepach.

## KATEGORIA: PRZEMYSŁ



www.atsdisplay.com



### NAZWA DISPLAY'A: Ścianka Wystawowa Katrin (3 - modułowa)

**KLIENT:** Metsä Tissue Krapkowice Sp z o.o.

**WYMIARY:** 3600 x 400 x 2200 mm.

**MATERIAŁ WYKONANIA:** Konstrukcja metalowa malowana proszkowo, drewno bukowe, sklejka, tworzywa sztuczne, maty magnetyczne, układy LED, ekran LCD.

**FUNKCJONALNOŚĆ:** Moduły pozwalają na swobodną aranżację przestrzeni wystawienniczej, dostosowanej zarówno do samych produktów jak i do pomieszczeń, w których moduły są zlokalizowane – możliwość zestawienia modułów razem lub rozdzielenia ich w formie osobnych ścian ekspozycyjnych. Lamele pozwalają na swobodne przestawianie systemu półek i adapterów, co zwiększa funkcjonalność modułów. Dzięki matom magnetycznym, ekranowi LCD oraz boxom na ulotki możliwość zmiany prezentowanej komunikacji są nieograniczone.

**CECHY SZCZEGÓLNE:** Moduły KATRIN wyróżniają się swoją nowoczesną i ekologiczną konstrukcją, idealnie wpisującą się w standardy zrównoważonego rozwoju. Moduły są wykonane z drewna i materiałów drewnopochodnych certyfikowanych przez Forest Stewardship Council® (FSC®), co oznacza, że surowce pochodzą z odpowiedzialnie zarządzanych lasów.troska o środowisko naturalne i zrównoważone praktyki leśne są priorytetem w produkcji tych modułów. Do wykonania wszystkich pozostałych elementów ścian wystawowych Katrin zastosowano wysokiej jakości materiały, które są trwałe i odporne na zużycie. Moduły są zaprojektowane tak, aby służyły przez długi czas, co minimalizuje konieczność ich wymiany i wpływa na redukcję odpadów. Wszystkie wykorzystane surowce po zakończeniu kampanii mogą być ponownie wykorzystane po przeprowadzeniu procesów recyklingu. W module zastosowano grafikę przedstawiającą naturalny krajobraz lasu, co podkreśla ekologiczne wartości marki KATRIN.

**INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:** Celem jest promowanie papierów higienicznych zarówno z celulozy, jak i włókien pochodzących z recyklingu oraz zwiększanie świadomości ekologicznej wśród konsumentów. Produkty marki są promowane jako ekologiczne i przyjazne dla środowiska, co jest spójne z polityką producenta dotyczącą zrównoważonej produkcji.

## KATEGORIA: POS EVENT



www.displayplus.pl



### NAZWA DISPLAY'A: Sonicare Human Size

**KLIENT:** Philips Polska Sp. z o.o.

**WYMIARY:** 400 x 400 x 2200 mm.

**MATERIAŁ WYKONANIA:** Body szczoteczki i ładowarka zostało wykonane z lakierowanego MDFu, podświetlenia to instalacja ledowa, a włosie szczoteczki zostało wydrukowane na drukarce 3D.

### FUNKCJONALNOŚĆ:

Mockup szczoteczki sonicznej został wyprodukowany w celu promowania produktu na konferencjach, eventach oraz imprezach branżowych. Jego rozmiar góruje nad większością mebli i eksponatów w miejscach ekspozycji, dzięki czemu Sonicare Human Size można dostrzec z dużej odległości. Nie zginie w tłumie.

### CECHY SZCZEGÓLNE:

Wysoki na ponad dwa metry mockup jest wierną kopią swojego mniejszego wzoru. Oddaje wszelkie detale w kształcie, kolorze i podświetleniach oryginalnego produktu, począwszy od ładowarki po układ włosia w główce szczoteczki.

### INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Celem kampanii jest promocja szczoteczki sonicznej, zwiększenie rozpoznawalności brandu Sonicare oraz promowanie nowego modelu szczoteczki.

## KATEGORIA: POS EVENT



www.atstdisplay.com



### NAZWA DISPLAY'A: St. Germain Bar

**KLIENT:** Bacardi Martini Polska Sp. z o.o.

**WYMIARY:** 1390 x 500 x 2360 mm.

**MATERIAŁ WYKONANIA:**

Konstrukcja metalowa malowana proszkowo, maty magnetyczne, stal nierdzewna.

### FUNKCJONALNOŚĆ:

Bar został zaprojektowany z myślą o użytkowaniu plenerowym, z materiałów odpornych na działanie warunków atmosferycznych, przy jednoczesnym zachowaniu maksymalnej przestrzeni roboczej dla barmana. Oprócz szaf z półkami, bar posiada przestrzeń na koszyk na śmieci, dodatkowy wysuwany na prowadnicach blat, kontener na lód i speedrack na butelki. Główny blat baru został wyposażony w gloriifier do eksponowania butelki alkoholu oraz podstawkę do wydawania gotowych drinków. Konstrukcja metalowa z półką ponad barem pozwala na dodatkową prezentację butelek oraz wymienną komunikację w postaci mat magnetycznych.

### CECHY SZCZEGÓLNE:

Bar swoją kolorystyką koresponduje z kolorami charakterystycznymi dla marki, inspirowanymi zielonymi polami regionu Francji, z których pozyskiwane są kwiaty bzu do wyrobu likieru. Złote detale nawiązują do koloru trunku i logotypu marki. Glorifier ozdobiony jest charakterystycznym patternem St. Germain – kwiatem czarnego bzu.

### INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

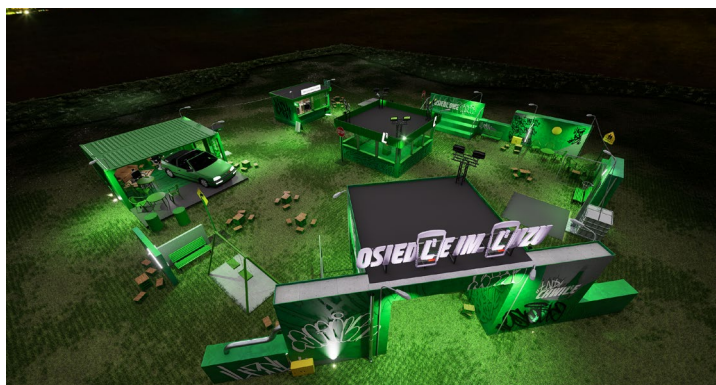
Celem jest podkreślenie luksusowego charakteru likieru, jego unikalne pochodzenie z kwiatów bzu czarnego oraz ręczny zbiór surowców, koncentracja na elegancji i wyrafinowanym stylu życia, odwołującym się do artystycznej i historycznej dzielnicy Saint-Germain-des-Prés w Paryżu.

## KATEGORIA: POS EVENT



WARREN'S  
INNOVATIVE FOOD PRODUCTS

www.warrens.pl



### NAZWA DISPLAY'A: Osiedle im. Luzu

**KLIENT:** Lech (Kompania Piwowarska)

**WYMIARY:** 660 m<sup>2</sup>.

**MATERIAŁ WYKONANIA:**

Drewno, płyta sklejka, CNC, beton.

### CECHY SZCZEGÓLNE:

Strefa w klimacie „osiedla”.

### INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Strefa wizerunkowa marki Lech w klimacie osiedla powstała, aby przypomnieć festiwalowiczom, czym jest prawdziwy chill!

Na osiedlu im. Luzu na odwiedzających czekały różnorodne atrakcje: stół do ping-ponga, lokalny fryzjer dla tych, którzy chcieli szybko odświeżyć swój look, gra w kosza oraz kultowa ławeczka obok trzepaka – idealna na chwilę odpoczynku, który na pewno był potrzebny po zrobieniu sobie nowego tatuażu!

## KATEGORIA: POS EVENT



www.posideo.com



### NAZWA DISPLAY'A:

### LEGO STREFA BOTANICALS

**KLIENT:** LEGO Polska Sp. z o.o.

**WYMIARY:** 2400 x 1600 x 2200 mm.

**MATERIAŁ WYKONANIA:**

Stal lakierowana proszkowo, drewno, tworzywo, strefa montowana w miejscu docelowym.

### FUNKCJONALNOŚĆ:

Strefa wizerunkowo sprzedażowa.

### CECHY SZCZEGÓLNE:

Strefa do zdjęć, możliwość obejrzenia złożonych zestawów oraz ekspozycji produktów do zakupu.

### INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:

Zachęcanie dorosłych do zabawy klockami.

www.edelweiss.com.pl



**NAZWA DISPLAY'A: The Ritual of Sakura display**

**KLIENT:** Rituals

**WYMIARY:** 770 x 400 x 16700 mm.

**MATERIAŁ WYKONANIA:**

Płyta mdf lakierowana, rurki aluminiowe, elementy stalowe lakierowane, metaloplastyka lakierowana, podświetlenie led, ekran LCD okrągły, elementy graficzne z tworzywa, kwiaty sztuczne.

**FUNKCJONALNOŚĆ:**

Display promujący 3 bestsellerowe produkty marki Rituals z kolekcji the Ritual of Sakura. Ekspozycja permanentna która łączy ekskluzywności marki Rituals, podkreśla specyfikę kolekcji the Ritual of Sakura i jej głównej nuty zapachowej z jednoczesnym wyeksponowaniem flagowych produktów.

**CECHY SZCZEGÓLNE:**

Zastosowanie okrągłego ekranu led, elegancka forma, wykorzystanie różnych technik i materiałów do produkcji.

**INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:**

The Ritual of Sakura czerpie inspirację ze starożytnej japońskiej ceremonii hanami, zachęcając do celebrowania każdego dnia jako nowego początku. W kolekcji głównymi nutami zapachowymi są kwiaty wiśni połączone ze świeżymi, energicznymi nutami zielonymi i delikatnymi mlecznymi niuansami.

**POSideo**

www.posideo.com



**NAZWA DISPLAY'A:**

**LEGO STREFA BOTANICALS**

**KLIENT:** LEGO Polska Sp. z o.o.

**WYMIARY:** 2400 x 1600 x 2200 mm.

**MATERIAŁ WYKONANIA:**

Stal lakierowana proszkowo, drewno, tworzywo, strefa montowana w miejscu docelowym.

**FUNKCJONALNOŚĆ:**

Strefa wizerunkowo sprzedażowa.

**CECHY SZCZEGÓLNE:**

Strefa do zdjęć, możliwość obejrzenia złożonych zestawów oraz ekspozycji produktów do zakupu.

**INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:**

Zachęcanie dorosłych do zabawy klockami.

**MASPEX**  
FOOD

www.maspex.com



**NAZWA DISPLAY'A: Fungenerator**

**KLIENT:** Grupa maspex

**WYMIARY:** 1700 x 800 x 1450 mm.

**MATERIAŁ WYKONANIA:**

Sweadboard, druk UV.

**FUNKCJONALNOŚĆ:**

Możliwość ustawienia ramki wraz ze standem sprzedażowym.

**CECHY SZCZEGÓLNE:**

- 100% do recyklingu
- certyfikat fsc
- 25% włókien pochodzi z recyklingu
- gładka i estetyczna powierzchnia.

**INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:**

Topowi influencerzy w Polsce – znani przez miliony Polaków awatary influencerów wygenerowane w AI.

**POS**  
**PERITA**

www.posperita.pl



**NAZWA DISPLAY'A: Trójwymiarowa ekspozycja do witryny LEGO® „DREAMZZZ”**

**KLIENT:** Dla LEGO POLSKA SP. Z O.O. przy współpracy z agencją DEK Sp. z o.o.

**WYMIARY:** 2500 x 600 x 2400 mm.

**MATERIAŁ WYKONANIA:** Główna konstrukcja - tektura falista z nadrukiem cyfrowym UV; zastosowanie podświetlenia led w chmurach; drzwi wykonane z zadrukowanej folii backlit; chmurki wykonane z waty dla realistycznego efektu.

**FUNKCJONALNOŚĆ:**

Diorama trójwymiarowa z teatralnym efektem, umiejscowiona w przestrzeniach retailowych, ma za zadanie nie tylko zaprezentować najnowsze klocki LEGO®, ale także stworzyć interaktywną opowieść, która uruchomi wyobraźnię każdego dziecka. Inspirując się bogatym światem serialu LEGO®, „DREAMZZZ”, ekspozycja jest prawdziwym wezwaniem do przygody, zachęcając młodych odkrywców do eksplorowania krainy snów i fantazji.

**CECHY SZCZEGÓLNE:**

Każdy element ekspozycji został zaprojektowany z myślą o maksymalizacji efektu WOW i stworzeniu długotrwałego emocjonalnego połączenia z nową linią klocków LEGO „DREAMZZZ”.

**INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:**

Kampania promocyjna nowych zestawów klocków LEGO® „DREAMZZZ” dostępna w sklepach SMYK.


[www.columbit.pl](http://www.columbit.pl)
**NAZWA DISPLAY'A: WYRUSZ DO ŚWIATA WOW****KLIENT:** BIC Polska**WYMIARY:** 3429 x 1172 x 2470 mm.**MATERIAŁ WYKONANIA:**

Tektura falista 5 BE, 3B. Nadruk offset. Uszlachetnienie – folia. Napędy mechaniczne i zestaw oświetlenia i dźwięku zasilane bateriami. Dedykowany zestaw elektroniczny sterowania zaprojektowany i wykonany na potrzeby ekspozycji.

**FUNKCJONALNOŚĆ:**

Teatralizacja przyciąga uwagę obrotowymi postaciami zwierząt i kiwającą się głową żyrafy na szczycie oraz angażuje dziecięcą uwagę dzięki wyzwalanemu przyciskiem dźwiękowi oraz efektami świetlnymi.

**CECHY SZCZEGÓLNE:**

Modułowa konstrukcja umożliwia dopasowanie wielkości ekspozycji oraz rodzajów display'ów do potrzeb punktu sprzedaży.

**INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:**

Tegoroczna kampania wprowadza na rynek nową linię produktów BIC Kids, w opakowaniach z rysunkowymi zwierzątkami, które zostały użyte w projekcie teatralizacji.

Projekt dzięki współpracy:

Punkt Produkcja Pos - koncepcja wystawiennicza, animacje ruchowe i elektroniczne, konstrukcja i produkcja  
Agencji Columbit – projekt graficzny


[www.tfp.com.pl](http://www.tfp.com.pl)
**NAZWA DISPLAY'A: Fanta – Wyspa Halloween****KLIENT:** Coca-Cola / Link Worldwide**WYMIARY:** 1200 x 800 x 2000 mm.**FUNKCJONALNOŚĆ:**

Ekspozycja sezonowa, wybitnie wizerunkowa, ale też połączona z konkretną funkcją sprzedażową. Promocja marki w sezonie Halloween. Efekt WOW osiągnięty poprzez dosłowne zastosowanie filozofii think BIG. Wrażenie dopełnia czujnik ruchu z odgłosem demonicznego śmiechu, tworząc efekt zaskoczenia... i grozy.

**CECHY SZCZEGÓLNE:**

Budowanie śmieszno-strasznego, pozytywnego, zabawowego skojarzenia z marką Fanta. Wyspa skierowana dla dzieci zarówno małych, jak i tych dużych.

**INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:**

Wyspa sezonowa promująca markę Fanta w sezonie Halloween.


[www.ellert.pl](http://www.ellert.pl)
**NAZWA DISPLAY'A: Zabudowa „Klubik Gerber”****KLIENT:** Nestlé Polska S.A.**WYMIARY:** 1200 x 800 x 2050 mm.**MATERIAŁ WYKONANIA:**

Karton, tektura falista, folia backlight.

**CECHY SZCZEGÓLNE:**

Podświetlany „ekran” smartfona, obrotowa karuzela, dźwięk kołysanki.

Ekspozycja „Witajcie w Klubiku” to świetna zachęta dla rodziców maluchów do dołączenia do elitarnego Klubiku Gerber. To nie jest zwyczajny stand, to cała historia pierwszych miesięcy dziecka. Dzięki połączeniu oryginalnego designu podświetlanego ekranu smartfona z elementami mobilnymi w postaci obracającej się karuzeli oraz statycznymi w formie dziecięcej kołyski powstała ekspozycja, której nie sposób nie zauważyć. Efekt dopełnia wybrzmiewająca melodia najbardziej rozpoznawalnej kołysanki przywołując ciepłe skojarzenia każdego rodzica.


**WARREN'S**  
INNOVATIVE POSM PRODUCER
[www.warrens.pl](http://www.warrens.pl)
**NAZWA DISPLAY'A:****Bar mobilny marki Three Cents****KLIENT:** Three Cents (Coca-Cola HBC Polska)**WYMIARY:** 2450 x 700 x 1150 mm.**MATERIAŁ WYKONANIA:**

Stal nierdzewna, drzewo buk i brzoza, tkanina poliester, stal, plexi, LED.

**FUNKCJONALNOŚĆ:**

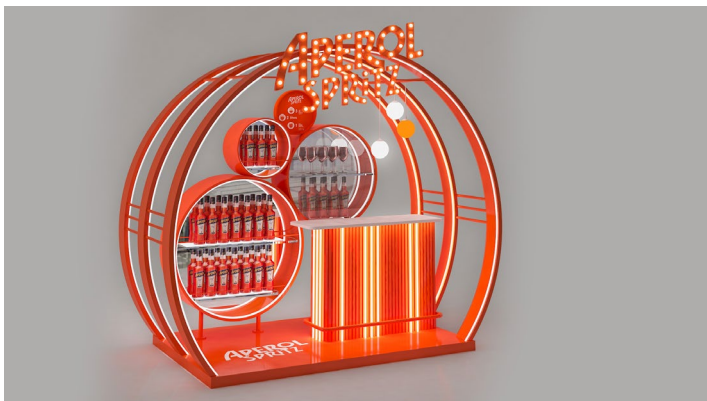
Mobilny bar.

**CECHY SZCZEGÓLNE:**

Bar posiada elementy interaktywne w postaci monitora na którym wyświetlane są aktualne materiały brandowe.

**INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:**

Bar mobilny Three Cents powstał, by łączyć prostotę i styl z funkcjonalnością przy okazji realizacji aktywacji dla marki w lokalach gastronomicznych. Jego elegancka forma, skupia uwagę, a kompaktowy rozmiar ułatwia możliwości dostosowania go do każdej przestrzeni.

**NAZWA DISPLAY'A: Strefa Aperol****KLIENT:** CEDC International Sp. z o. o.**WYMIARY:** 2400 x 1200 x 2400 mm.**MATERIAŁ WYKONANIA:**

Stal lakierowana proszkowo, oświetlenie LED. Stand modułowy, montowany w miejscu docelowym.

**FUNKCJONALNOŚĆ:**

Docelowo do kanału nowoczesnego. Strefa wizerunkowo sprzedażowa.

**CECHY SZCZEGÓLNE:**

Dostęp z 4 stron do produktów, przepisy na dobrego drinka, strefa relaksu.

**INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:**

Podkreślenie charakteru marki Aperol.

**NAZWA DISPLAY'A: Trójwymiarowa ekspozycja do witryny LEGO® „DREAMZzz”****KLIENT:** Dla LEGO POLSKA SP. Z O.O. przy współpracy z agencją DEK Sp. z o. o.**WYMIARY:** 2500 x 600 x 2400 mm.**MATERIAŁ WYKONANIA:** Główna konstrukcja - tektura falista z nadrukiem cyfrowym UV; zastosowanie podświetlenia led w chmurach; drzwi wykonane z zadrukowanej folii backlit; chmurki wykonane z waty dla realistycznego efektu.**FUNKCJONALNOŚĆ:**

Diorama trójwymiarowa z teatralnym efektem, umiejscowiona w przestrzeniach retailowych, ma za zadanie nie tylko zaprezentować najnowsze klocki LEGO®, ale także stworzyć interaktywną opowieść, która uruchomi wyobraźnię każdego dziecka. Inspirując się bogatym światem serialu LEGO® „DREAMZzz”, ekspozycja jest prawdziwym wezwaniem do przygody, zachęcając młodych odkrywców do eksplorowania krainy snów i fantazji.

**CECHY SZCZEGÓLNE:**

Każdy element ekspozycji został zaprojektowany z myślą o maksymalizacji efektu WOW i stworzeniu długotrwałego emocjonalnego połączenia z nową linią klocków LEGO „DREAMZzz”.

**INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:**

Kampania promocyjna nowych zestawów klocków LEGO® „DREAMZzz” dostępna w sklepach SMYK.

**NAZWA DISPLAY'A: Strefa promocyjna LEGO® „Botanicals”****KLIENT:** Dla LEGO POLSKA SP. Z O.O. przy współpracy z agencją DEK Sp. z o. o.**WYMIARY:** Pergola - 900 x 900 x 1900 mm, wózek - 1170 x 770 x 2360 mm.**MATERIAŁ WYKONANIA:**

Tektura falista z nadrukiem cyfrowym UV.

**FUNKCJONALNOŚĆ:**

Strefa promocyjna o nazwie "Botanicals" została zaprojektowana do promowania kwiatowej serii zestawów klocków LEGO®, przeznaczonej głównie dla dorosłych fanów budowania. Centralnym elementem strefy jest ogrodowa pergola, służąca nie tylko jako elegancka dekoracja, ale również miejsce, gdzie klient może usiąść i zrobić sobie zdjęcie w otoczeniu kwiatów. Obok pergoli znajduje się specjalnie zaprojektowany wózek wystawienniczy. Jego estetyczne wykonanie współgra z pergolą, tworząc spójną aranżację kwiatowej strefy. Całość ma na celu przyciągnięcie uwagi dorosłych klientów i zwrócenie ich uwagi na nowy segment produktów LEGO.

**CECHY SZCZEGÓLNE:**

Ekspozycja została zaprojektowana z myślą o dorosłych, co jest novum w segmencie klocków LEGO®, zwykle kojarzonych z zabawkami dla dzieci.

**INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:**

Kampania promocyjna w sklepach.

**NAZWA DISPLAY'A: Reco FSDU****KLIENT:** Beiersdorf**WYMIARY:** 585 x 385 x 1260 mm.**MATERIAŁ WYKONANIA:**

Stand wykonany jest z tektury falistej oraz systemu ekologicznych mocowań w półkach oraz bokach z tektury litej, który w roku 2020 otrzymał patent na wynalazek w alternatywie do zaczepów plastikowych. Wraz z tekturowymi listwami cenowymi, można wyeliminować wykorzystanie plastiku do zera w tym display'u. W połączeniu z ekologicznym klejem zawierającym biokomponenty, jest produktem przyjaznym środowisku.

**FUNKCJONALNOŚĆ:**

W standzie zrezygnowano z plastikowych zaczepów, zachowując jego konstrukcję, gabaryty przed i po złożeniu, łatwość składania oraz wytrzymałość. W transporcie wiele sztuk mieści się na palecie, w specjalnie zaprojektowanych tekturowych kopertach, które w pierwszym etapie transportu są kopertami dla płaskich standów, następnie opakowaniami zbiorczymi do zatowarowanych ekspozytorów. Dzięki czemu nie ma potrzeby produkowania dwóch różnych opakowań co pozwala ograniczyć ślad węglowy.

**CECHY SZCZEGÓLNE:**

„Nature's RECOvery” – tak można w skrócie nazwać ideę, która przyświecała podczas pracy nad tym POsem. Display wykonany jest w 100% z papieru, prosty w segregacji i recyklingu. W połączeniu z minimalistycznym nadrukiem na surowej tekturze przyciąga swoją naturalnością. Dzięki dwufunkcyjnej „czapkopercie” pokazuje, iż ekologiczność tego niepozornego display'a została przemysłana na każdym etapie łańcucha dostaw.

**INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:**

Akcja sustainability display 2024, którym głównym celem jest podkreślenie wartości zrównoważonego rozwoju.



www.maspex.com



**NAZWA DISPLAY'A:** Kotlin stand ekofrisbee

**KLIENT:** Grupa maspex

**WYMIARY:** 400 x 600 x 1680 mm.

**MATERIAŁ WYKONANIA:**

Tektura falista, pokrycie Kraftem, druk flexo.

Friesbie z korków, będących odpadem produkcyjnym ketchupu.

**FUNKCJONALNOŚĆ:**

Stand szybko rozkładalny.

**CECHY SZCZEGÓLNE:**

100% do recyklingu – certyfikat fsc.

**INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:**

Ekologiczny regał z materiałów z recyklingu i surowców odnawialnych.

friesbie z korków, będących odpadem produkcyjnym ketchupu.

Kampania promuje zrównoważony rozwój i recykling.

Innowacyjne produkty zmniejszają ilość odpadów.

Zachęta do odpowiedzialnych nawyków konsumpcyjnych.



www.edelweiss.com.pl



**NAZWA DISPLAY'A:** Totem Royal Canin

**KLIENT:** Royal Canin

**WYMIARY:** 400 x 400 x 1700 mm.

**MATERIAŁ WYKONANIA:**

Tektura falista EB, laminowana folią błysk. Druk cyfrowy UV, cięcie ploterowe. Figurka kota wykonana w technologii druku 3D z filamentu ABS.

**FUNKCJONALNOŚĆ:**

Ekspozycja produktu zamocowanego na magnesie wewnątrz totemu, komunikacja kampanii na każdej stronie nośnika. Trójwymiarowa figurka kota skupiająca na sobie uwagę obserwatora.

**CECHY SZCZEGÓLNE:**

Bryła standu ma kształt ostrosłupa o podstawie kwadratowej dla zapewnienia odpowiedniej stabilności. Okienko ekspozycyjne prezentuje dwa produkty po dwóch stronach totemu,

zamocowane na magnes. Topper w formie przestrzennej przedstawia kota rasy Ragdoll.

**INFORMACJE NA TEMAT KAMPANII:**

Royal Canin prowadzi kampanię „ZDROWIE FUNDAMENT ŻYCIA” skierowaną dla nowych opiekunów szczeniąt i kociąt mającą na celu zwiększenie ich świadomości dotyczącej odpowiedniego żywienia młodych pupili. Dzięki rejestracji na stronie internetowej [www.odbierzprezent.royalcanin.pl](http://www.odbierzprezent.royalcanin.pl) właściciel otrzyma darmowy e-book – Przewodnik dla opiekuna Szczenięcia/kocięcia oraz kupon rabatowy do wykorzystania przy zakupie karmy Royal Canin.