

# Firmy chtějí být vidět

## POS instalacím dominuje zájem o udržitelnost materiálů, firmy dělají větší a komplexní aktivace v obchodech

Text PAVEL HEJKRLÍK

V oblasti in-store komunikačních prostředků POP/POS jsou kromě vizibility, funkčnosti a variability klienty poptávána zejména udržitelná řešení. Jedním z nejpoužívanějších materiálů je vlnitá lepenka považovaná za nejlepší ekologický materiál.

„Poptávka je na nejvyšší možné úrovni. Klienti se snaží ukázat a do POS investují. Dělají více kampaní a komplexních POS. Pro prezentaci jednotlivých brandů tvoří celé sety materiálů. Zaznamenáváme poptávku i z jiných odvětví než jen FMCG, které se rovněž snaží zásadním způsobem podpořit vystavení,“ uvádí Marek Končítík, sales director společnosti Dago. Z hlediska funkčnosti je u stojanů z vlnité lepenky dlouhotrvajícím trendem poptávka po co nejjednodušším skládání a manipulaci. U displejů používaných v místě prodeje je stěžejní také odolnost a stabilita.

Společnost se rozhodla pro realizaci takzvaných semipermanentních POS, které jsou založeny na nových materiálech, zejména kartonu, jenž má delší životnost, pevnost a kvalitní tisk. „POS jsou velmi poutavá, graficky živá. Nejde jen o 3D a neustále nové tvary, ale celkové pojetí 2D grafiky na nosiči je do

nejmenších detailů propracované. Zákazníci jsou ochotni si za kvalitu vystavení připlatit, více investují a dělají častěji větší aktivace v provozovnách,“ dodává Končítík. Kampaním brandů podle něj dominuje několik trendů. Jde zejména o komplexnost řešení od 3D návrhu, přes výrobu, až po instalaci a deinstalaci v prodejnách. Na jednu kampaň firma standardně realizuje až pět různých POS s tím, že se kampaň tvoří až tři měsíce, ale produkční čas se počítá maximálně na týden.

„Veškeré tisky jsou plně ekologické a materiály také. Zaměřujeme se na komplexní správu POS, celých setů a kampaní, semipermanentní vystavení, ideálně stoprocentně realizované pouze v našich dílnách. Velmi úzce s klienty pracujeme na projektech, které budou za následující dva až tři měsíce na trhu,“ říká Končítík s tím, že firma pořídila také novou výrobní halu a chce být nejrychlejším dodavatelem POS, řadu jejich instalací je možné vidět v tuzemských hypermarketech.

Podle technického ředitele společnosti Paketo.one Pala Leza se dodací lhůty na trhu vlivem pandemie několikanásobně prodloužily, některé druhy materiálu jsou dlouhodobě

nedostupné. „Máme našťastí dlouholetého výrobce vlnité lepenky, který nám zaručuje stále a krátké termíny dodávek,“ říká Palo Lezo. Paketo.one vyrábí obaly a POS/POP materiály z kartonu a lepenky. Portfolio firmy zahrnuje dárkové i přepravní obaly, prezentační totemy či kartonový nábytek.

Mezi hlavní trendy řadí jednoduchost a praktičnost jak po konstrukční, tak po grafické stránce. Funkční a POS/POP se v moderních trendech odrážejí především ve využití přírodních kraftových lepenek s primárně jednobarevným jednoduchým potiskem. Paketo se zaměřuje na širokou škálu od malých po tisícové série.

„Již delší dobu jsme se setkávali s požadavkem zákazníka na modularitu podlahových stojanů a variabilitu sestavení, doplňků i možností potisku. Zaměřili jsme proto vývoj tímto směrem a představili patentovaný systém modulárního podlahového stojanu,“ říká Lezo s tím, že si zákazník může nakonfigurovat stovky možností podle potřeb. „V současné době evidujeme požadavek na personalizaci obalů – menší objemy ve více sériích různých grafik,“ uzavírá Lezo. [M](#)



**Palo Lezo**  
Paketo.one



**Marek Končítík**  
Dago



**Zákazníci jsou ochotni si za kvalitu vystavení připlatit a dělají častěji větší aktivace v provozovnách**