



SIS WHISKAS KOČIČÍ SVĚT

73

Zadavatel: Mars Czech s. r. o.

Materiály: Třívrstvá a pětivrstvá vlnitá lepenka použitá pro konstrukční, prodejní a dekorativní části shop-in-shopu. Prostorové řešení zahrnuje produktové police, stupňovité prodejní plochy, centrální komunikační panel a prvky kočičího domečku se schůdky, kruhovými otvory a obloukovými průlezy. Vystavení doplňuje potištěná podlahová samolepka s motivem textilní struktury v barevnosti značky. Celé řešení zahrnuje 44 tiskových dílů.

Použití: Dočasný shop-in-shop byl vytvořen pro společnost Mars Czech s.r.o. na podporu krmiva pro kočky Whiskas a kampaně se sdělením „Bude vaše kočka vrrrnět, nebo půjde dál?". V období od 6. do 19. května 2026 bylo v prodejnách Albert nasazeno deset kusů vystavení. Cílem bylo zviditelnit značku mimo standardní regál, představit nabídku produktů a podpořit jejich výběr a nákup. Prostorový koncept vychází z podoby kočičího domečku. Kombinace schůdků, průlezů, kruhových otvorů a různě vysokých ploch přenáší do prodejny prostředí spojené s kočičí hravostí a pohodlím. Charakteristická fialová barevnost, motivy koček a výrazný centrální panel zajišťují rozpoznatelnost značky a propojují celé vystavení s hlavním sdělením kampaně. Police a stupňovité prodejní plochy umožňují přehledné rozmístění různých formátů balení a přímý odběr produktů z více stran. Motiv domečku se tak stává součástí funkčního řešení pro prezentaci a prodej sortimentu. Podlahová samolepka vizuálně vymezuje prostor a sjednocuje jednotlivé části do jednoho celku. Shop-in-shop fungoval jako samostatné druhotné prodejní místo, které oslovovalo majitele koček prostřednictvím známých motivů z prostředí jejich mazlíčků a soustředilo nabídku Whiskas na jednom místě.

Charakteristika: „Bude vaše kočka vrrrnět, nebo půjde dál?" Tak zní zásadní otázka, která se prolíná celým vystavením realizovaným pro značku Whiskas a dodává mu hravý charakter. Běžný regál se proměňuje v místo, které připomíná to, co kočky milují nejvíc – jejich vlastní útulný domeček. Kočičí domeček přitom není jen dekorací, ale ústředním prvkem celého řešení. Díky němu získává shop-in-shop výrazný tvar, jasnou asociaci a vlastní malý kočičí svět, který značka Whiskas přináší do prodejního prostoru. Hravý vizuál přitom funguje okamžitě: zákazník na první pohled chápe, komu je vystavení určeno a co chce říct. Shop-in-shop tvoří 44 tiskových dílů a doplňuje jej podlahová samolepka, která zajišťuje jeho přesah do prodejního prostoru. Vzniklo celkem deset kusů shop-in-shopů, které do prodejen přinášejí jednoduchý, ale dobře zapamatovatelný nápad: když chcete udělat radost kočce, začněte tam, kde se cítí jako doma. Vystavení tak staví na hravém nápadu, který přibližuje značku světu kočičích mazlíčků. Výrazný kreativní koncept spolu s ikonickou fialovou barvou zajistil okamžitou rozpoznatelnost značky Whiskas a jasné odlišení od běžných produktových vystavení. Podle zpětné vazby od klienta bylo řešení prakticky nepřehlédnutelné a přirozeně vybízelo zákazníky k zastavení a bližšímu prohlédnutí. Druhotné umístění současně zvýraznilo nově zalistované produkty mimo standardní regál, nabídlo mimořádnou kapacitu pro vystavení sortimentu a vytvořilo další prostor pro impulzivní nákup.