

# CLEVER FRAME®

RETAIL+EXPO+DESIGN  
SHOWROOM

№ 05/2023



# SHOWROOM

## W MAJU

01

W RAMACH SZTUKI: artysta + historia + inspiracje  
PICASSO W NOWYM ŚWIECIE

02

EXPOZYCJE: targi + eventy + fotorelacje  
OD INSPIRACJI DO INTERAKCJI

03

NEWSROOM: eventy + biznes + media  
IGRZYSKA BRANŻY RETAIL. RELACJA  
Z TARGÓW EUROSHOP 2023

04

STUDIO PROJEKTOWE: marka + design + marketing  
CZAS NA PROJEKT!

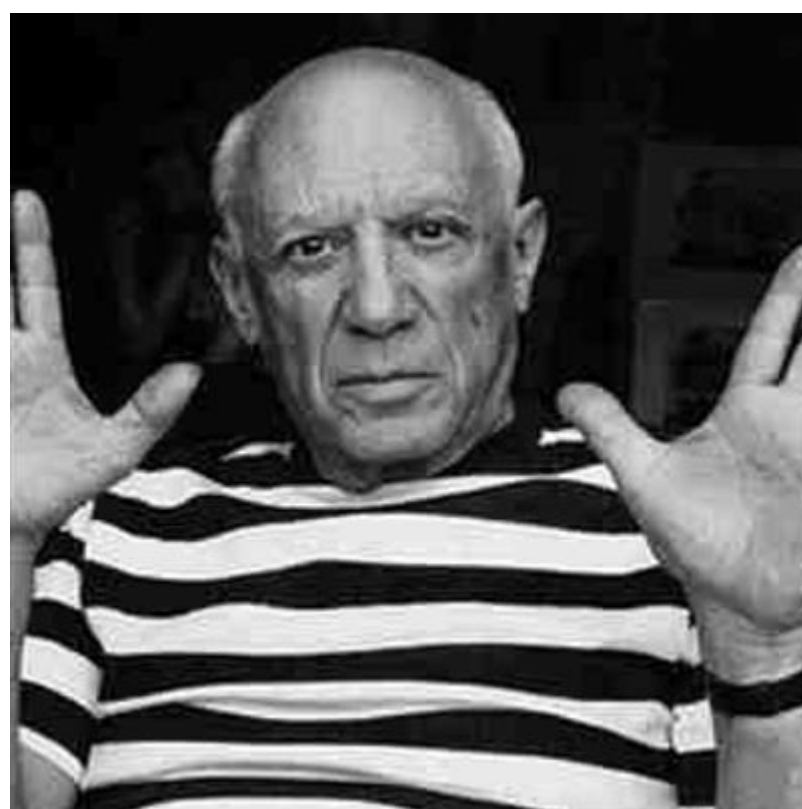
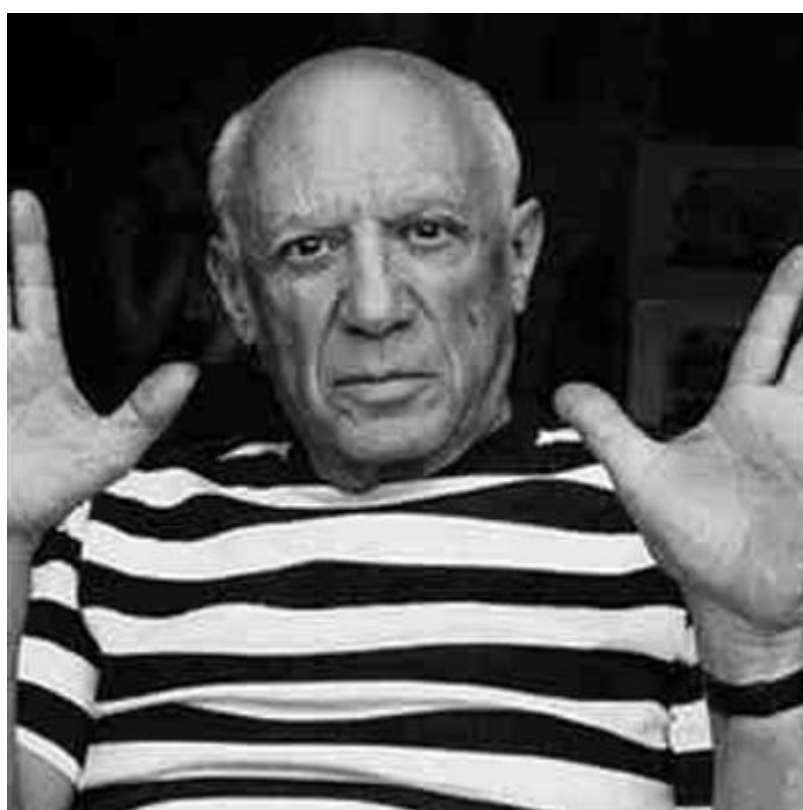
05

PROMOCJA MIESIĄCA  
HELO FORM® – SYSTEM, KTÓRY  
KSZTAŁTUJE BIZNES

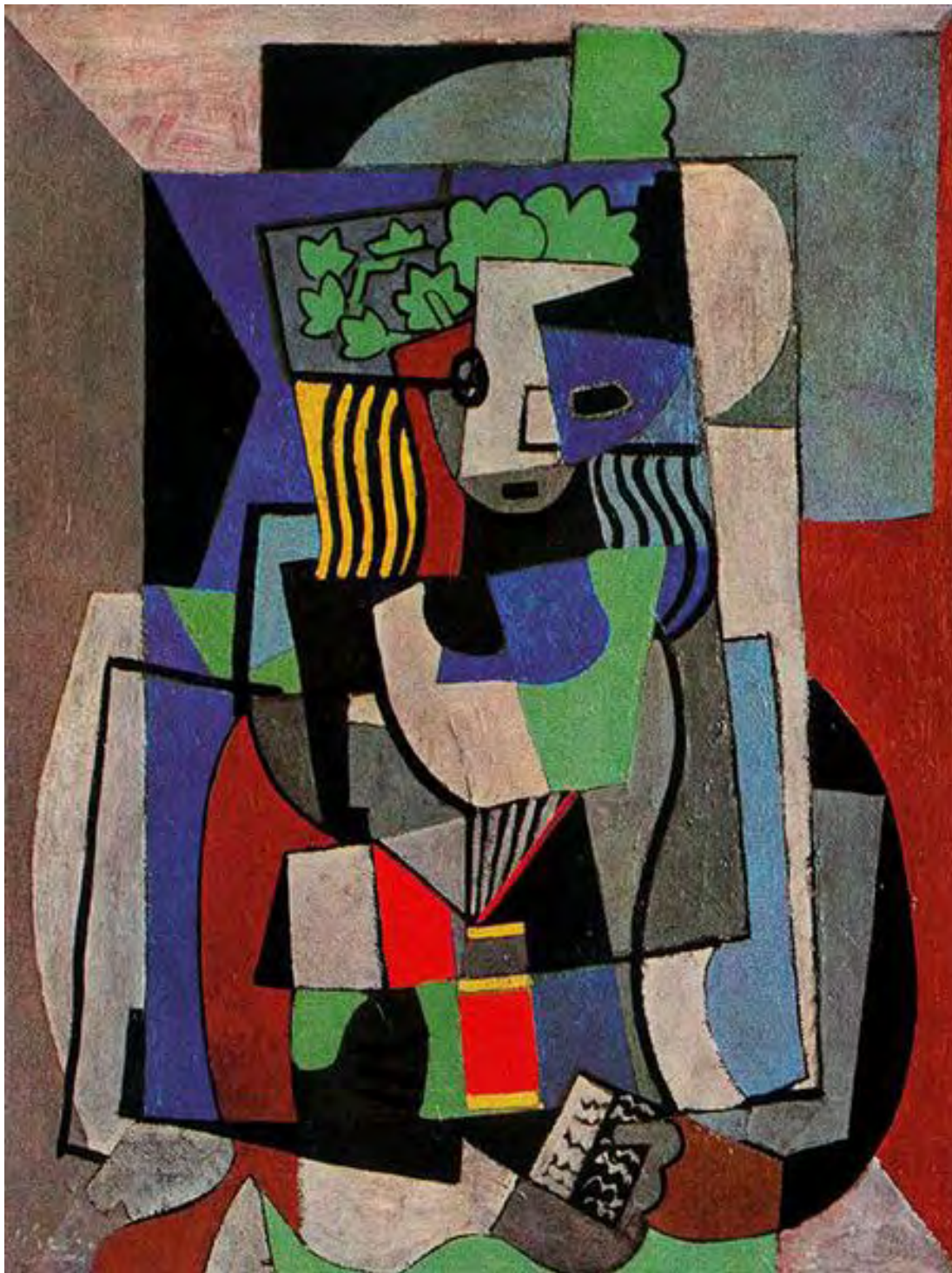


# Picasso w nowym świetle

Nie ma większej ikony współczesnej sztuki, która w równej mierze odcisnęła się na kartach historii, co Pablo Picasso. Sukces, jaki osiągnął, prawdopodobnie nie byłby możliwy, gdyby nie konsekwencja w tworzeniu formuły artystycznej zupełnie oderwanej od akademickiego kanonu. Poszukiwał nowego spojrzenia na świat – umiejętności, jak sam to określał „nie tworzenia, ale znajdowania nowych form”.







The student, Pablo Picasso, 1919 r., źródło: [www.wikiart.org](http://www.wikiart.org)

Rok 2023 należy do Picassa. W 50. rocznicę śmierci tego artystycznego rewolucjonisty, na całym świecie odbędzie się seria wydarzeń poświęconych jego niesamowicie złożonej twórczości. Patrząc z perspektywy współczesności na dzieła Picassa śmiało możemy powiedzieć, że jego wpływ na sztukę i kulturę jest trudny do przecenienia. Eksperymentował z różnymi stylami i technikami przemawiając do różnych kultur i pokoleń, a jego dorobek szacowany na 50 tysięcy prac, nieprzerwanie stanowi inspirację dla projektantów różnych dziedzin.

Picasso był znany z sięgania po różne środki wyrazu artystycznego. Ta nieustanna eksploracja form i stylów zainspirowała nas poszukiwania nowych i niekonwencjonalnych rozwiązań wystawienniczych, mogących podkreślić charakter naszych realizacji. Jakie aspekty twórczości Pablo Picassa wzięliśmy na nasz warsztat i jak udało nam się je przełożyć na język architektury wystawienniczej?



Bullfight, Pablo Picasso, 1934 r., źródło: [www.wikiart.org](http://www.wikiart.org)



## PO PIERWSZE BRYŁA

Przełożenie sztuki Pablo Picasso na język architektury wystawienniczej jest sporym wyzwaniem, ponieważ sztuka ta często charakteryzuje się abstrakcyjnymi formami i ekspresyjnym stylem, który bywa trudny do przetłumaczenia na rozwiązania konstrukcyjne. Przystępując do projektu postanowiliśmy skupić się na jednym z najbardziej znanych stylów Picasso – kubizmie. W kubizmie przedmioty i postacie były rozkładane na geometryczne formy, które następnie były reorganizowane w bardziej abstrakcyjne, ale wciąż rozpoznawalne wzory. Zastosowaliśmy tę koncepcję w projekcie stoiska, wykorzystując wiele brył, a następnie łącząc je w interesujące i co najważniejsze – funkcjonalne kompozycje.

## EKSPERYMENTOWANIE Z FORMĄ

Kluczową kwestią było dla nas także myślenie projektowe, będące połączeniem kreatywności

i innowacji. Prace Picassa pokazują, jak ważne jest podejście do tematu z różnych perspektyw. Jego dzieła były złożone, ale jednocześnie proste i intuicyjne, co potraktowaliśmy jako metaforę naszego systemu. Bryłę naszego stoiska tworzą dziesiątki kątów prostych, wszystkie strefy funkcjonalne są czytelne i łatwo dostępne, jednak ogólny efekt wizualny projektu jest nieoczywisty i wielowymiarowy.

## MOC KOLORU, SIŁA ŚWIATŁA

Picasso często eksperymentował ze światłem i cieniem, co pozwalało mu uzyskiwać interesujące i niezwykle plastyczne efekty wizualne. Był również znany z wykorzystywania intensywnych kolorów. W dobie marketingu doświadczeń kolory pełnią istotną rolę w oddziaływaniu na zmysły odbiorców i kreowaniu pożądanego wizerunku marki, stąd też wykorzystaliśmy je na różnych elementach stoiska. Mocne, zdecydowane barwy determinują jego charakter oraz podkreślają awangardową stylistykę aranżacji.









## KONTROLOWANY CHAOS

Picasso był znany z tworzenia złożonych struktur i układów. W kubistycznych obrazach często układał różne elementy w sposób pozornie chaotyczny, ale jednocześnie harmonijny. To podejście jest bardzo inspirujące jeśli chodzi o projektowanie ekspozycji wystawienniczych, gdzie z jednej strony ważne jest zachowanie przejrzystości i łatwości w użytkowaniu, a z drugiej – wykreowanie atrakcyjnej i nieszablonowej przestrzeni.

Picasso był mistrzem w łączeniu różnych form, kształtów i stylów, a w swojej karierze artystycznej przeszedł przez wiele faz twórczych. Dla nas, jako projektantów, to świetny przykład tego, że praca kreatywna to gotowość do podjęcia racjonalnego ryzyka, nieustanne eksperymentowanie oraz podejmowanie prób. Na współczesnym rynku bardzo trudno się wyróżnić, odbiorcy są znudzeni szablonowymi rozwiązaniami, a dzięki projektowaniu „out of the box” możemy pomagać firmom w kreowaniu wizerunku silnych i rozpoznawalnych marek. ■





# Od inspiracji do interakcji

Nowocześnie, elegancko, z mocnymi akcentami. W poniższej galerii przedstawiamy wybrane realizacje Clever Frame oraz sposoby, w jakie firmy wykorzystują systemy modułowe w swoim marketingu.





# HEIDELBERG

## targi RemaDays

Branding stoiska to nie tylko odpowiednie umieszczenie logotypu, ale i możliwość wykorzystania całej gamy materiałów wykończeniowych, mebli i akcesoriów. Wyraźne zaakcentowanie kolorów czy grafik nawiązujących do identyfikacji wizualnej podkreśla charakter marki i utrwala ją w świadomości odbiorców. Bryłami determinującymi wygląd stoiska są modułowe kapsuły, które ułatwiły nam strefowanie przestrzeni oraz wyróżnienie projektu na tle konkurencyjnych zabudów.





# WALLSCREEN XL SYSTEM MIS PRINECT

ZINTEGROWANA  
DRUKARNIA  
AUTONOMICZNE  
PROCESY  
PUSH-TO-STOP







## APS targi Expo Sweet

Dla naszego Partnera, marki APS Glass & Bar Supply zajmującej się dostarczaniem najwyższej klasy produktów dla branży HoReCa, zaprojektowaliśmy lamy i systemy regałowe gotowe do wykorzystania zarówno w stacjonarnych punktach sprzedaży, jak i podczas eventów. Pracując z modułami z linii HELO FORM® stworzyliśmy ekspozycję wyposażoną w oświetlenie liniowe równomiernie doświetlające promowany asortyment oraz ekrany reklamowe wzmacniające przekaz marketingowy.



# SONY festiwal EXPOzycja

Tak jak w fotografii, tak i na stoisku tło nie może konkurować z tematem przewodnim aranżacji. Tło powinno stanowić jego dopełnienie, stąd też w projekcie ścianki wykorzystaliśmy neutralne kolory i materiały – biel, szarość i drewno. Dzięki takiemu zabiegowi zabudowa spełnia swoją funkcję reklamową, jednocześnie nie odwracając uwagi od prezentowanego sprzętu fotograficznego. Wszystkie wypełnienia są w pełni wymienne, co znacząco ułatwi przyszłe akcje promocyjne naszego Partnera.





# Igrzyska branży retail

## Relacja z targów EuroShop 2023

Targi EuroShop to dla wielu firm najważniejsze i najbardziej oczekiwane wydarzenie w kalendarzu imprez wystawienniczych. Integrujące międzynarodowe środowisko, podkreślają ogromną wagę wymiany doświadczeń oraz mocno zaznaczają kluczowe znaczenie spotkań, fachowych dyskusji i zaufania w biznesie. Co szczególnie przykuło naszą uwagę i jakie tematy zdominowały branżowe dyskusje?





**E**uroShop, numer 1 w wśród targów dedykowanych branży retail, to wydarzenie porównywane do igrzysk – targowej olimpiady, na której międzynarodowe środowisko wystawców prezentuje wyniki, jakie udało im się wypracować przez kilka sezonów oraz inspirować innymi ekspozycjami wystawienniczymi. Podczas tegorocznej edycji targów zaprezentowało się ponad 1800 wystawców z całego świata, a event odwiedziło ponad 80 000 zwiedzających ze 141 krajów. To potencjał, obok którego trudno przejść obojętnie.

na stoiskach wystawienniczych, na targach przeprowadzone zostały niezwykle ciekawe panele dyskusyjne, podczas których swoją wiedzę dzieliło się wielu ekspertów z zakresu komunikacji marki, event marketingu czy architektury wystawienniczej. Prelegenci przybyli do Düsseldorfu z kilku kontynentów, aby opowiedzieć o trendach w swoich krajach oraz podać praktyczne przykłady zmian, jakie wprowadzają w swoich firmach. Poniżej prezentujemy kluczowe aspekty, na które warto zwrócić uwagę przy planowaniu strategii biznesowej na najbliższe sezony.

## Globalne trendy, które zmieniają biznes

Oprócz przyszłościowych rozwiązań oraz innowacyjnych produktów zaprezentowanych

### SZTUCZNA INTELIGENCJA

Sztuczna inteligencja nadal jest postrzegana jako technologia, która będzie miała największe znaczenie w handlu detalicznym przyszłości. To jeden z wyników badania „Technology Trends in Retailing 2023” przygotowanego przez instytut badawczy EHI we współpracy z menedżerami reprezentującymi





branżę IT. Co ciekawe, a zarazem potwierdzające ten trend, sztuczna inteligencja jest obecnie wykorzystywana przez 69 procent ankietowanych firm (2021: 56 procent). Dziewięć procent planuje wdrożenie AI, a tylko 22 nie ma takich planów.

## PROJEKTOWANIE DOŚWIADCZEŃ

Po trzech trudnych, pandemicznych latach detaliści stoją przed ważnymi inwestycjami dotyczącymi cyfryzacji i zarządzania, co mogliśmy zaobserwować podczas paneli dyskusyjnych. Wiele firm dokłada wszelkich starań, aby jak najmocniej spersonalizować ścieżki zakupowe klientów. Z jednej strony kupujący wciąż cenią sobie doświadczenia zakupowe w sklepach stacjonarnych, z drugiej – nie chcą rezygnować z wygody, szybkości i wysokiego stopnia personalizacji, którymi cieszą się podczas zakupów online. Z tego powodu cyfryzacja w branży retail nabrała ogromnego rozpędu, a EuroShop wyraźnie

odzwierciedlił tę przemianę. Hasła takie jak Smart Shopping czy Connected Retail były wszechobecne na stoiskach targowych.

## DZIAŁANIA PROEKOLOGICZNE

Zrównoważony rozwój był najbardziej wyraźnym trendem tegorocznej edycji, pojawiającym się we wszystkich obszarach targów. Widać wyraźnie, że branża intensywnie pracuje nad sposobami organizacji wydarzeń targowych w sposób zrównoważony. W celu zwiększenia świadomości zaprezentowany został szereg rozwiązań proekologicznych: od innowacyjnych, biodegradowalnych materiałów po ekspozycje wykonane z surowców pozyskanych z odpadów oceanicznych. Ponowne użycie i recykling były słowami kluczowymi zarówno branżowych debat, jak i architektury wielu stoisk wystawienniczych.





# Zrównoważona architektura modułowa

W jaki sposób skutecznie i w sposób zrównoważony budować stoiska targowe, sklepy typu pop-up i strefy specjalne? Kiedy usłyszeliśmy to pytanie podczas jednej z targowych dyskusji, mieliśmy gotową odpowiedź – wykorzystując systemy modułowe.

Od wielu lat koncentrujemy nasze działania na popularyzacji rozwiązań wystawienniczych wielokrotnego użytku, wskazując tym samym na korzyści płynące z ich wyboru. Wyobraźmy sobie, jak wyglądałby świat gdyby wszyscy używali jednorazowych stoisk targowych – tylko jedna impreza targowa potrafi wygenerować tony odpadów! Modułowe systemy wystawiennicze można wykorzystywać przez wiele sezonów, co jest oszczędnością nie tylko dla środowiska, ale też dla firmowych budżetów.





## GEOMETRYCZNA WSZECHSTRONNOŚĆ

Stoisko modułowe, które zaprezentowaliśmy podczas targów EuroShop, to połączenie nowoczesności i naszego zamiłowania do mocnych, wyraźnych kształtów. Geometria bardzo lubi się z designem, dlatego kąty proste wykorzystaliśmy nie tylko w bryle stoiska, ale także na jego elementach dekoracyjnych. Wieżę, będącą centralnym punktem naszej strefy, pokryliśmy panelami z motywem gridu – regularnej siatki kwadratów, która pomogła nam podkreślić inspiracje stylem high-tech. Styl ten, zaliczany się do szeroko rozumianego postmodernizmu, cechuje surowość i oszczędność formy tworzonej w oparciu o szkło, aluminium czy

stal. Stąd też wszystkie elementy konstrukcyjne naszego stoiska, począwszy od ram i łączników po panele oświetleniowe i przewody zasilające, zostały wyraźnie wyeksponowane, pełniąc jednocześnie rolę praktyczną, jak i dekoracyjną. Dzięki wykorzystaniu przezroczystych, podświetlanych paneli projekt nie stracił na wizualnej lekkości, a wszystkie punkty stoiska zostały odpowiednio doświetlone. Projektując stoisko zależało nam na tym, aby miało możliwie jak najbardziej czytelny układ. Wszystkie strefy funkcjonalne zlokalizowaliśmy wokół centralnej wieży, dzięki czemu podróż klienta po stoisku mogła przebiegać w płynny i intuicyjny sposób. Wykorzystanie kilku monitorów reklamowych pomogło nam nie tylko w szybkim i skutecznym







przekazie informacji, ale co niezwykle ważne – niemal do zera zredukowało potrzebę wykorzystywania materiałów drukowanych. Aranżację dopełniły systemy ekspozycyjne z linii HELO FORM®, których stylistyka pomogła nam podkreślić symetryczny wymiar projektu oraz nawiązać do brandingu naszej marki.

Tak jak poprzednie edycje targów, tak i tegoroczna udowodniła, że EuroShop pozostaje czołową wystawą

dla świata handlu detalicznego, zdolną zgromadzić wszystkich kluczowych graczy oraz oferować możliwości dialogu w stymulującym, dynamicznym i przyszłościowym środowisku. Była to dla nas długo wyczekiwana okazja do integracji naszego grona inwestorów, partnerów oraz dystrybutorów, a odbyte podczas targów spotkania dały nam niezwykle dużą motywację do pracy nad dalszym rozwojem naszych produktów, będąc równocześnie zobowiązaniem do utrzymywania wysokiego poziomu usług. ■



# Czas na projekt!

Każdy, kto choć raz wystawiał się na targach, wie jak wymagające jest stworzenie stoiska, które będzie nie tylko efektowne, ale i efektywne.

Poniżej przedstawiamy inspiracje studia projektowego Clever Frame, które udowadniają, że przestrzeń wystawiennicza może być zaprojektowana w sposób przejrzysty, a jednocześnie sugestywny i zaskakujący nowatorskim podejściem do architektury targowej.







**METRAŻ: 18 m<sup>2</sup>**

Choć wydawać by się mogło, że pastele są bardzo neutralne i nie zapadają w pamięć, mają w sobie jednak coś przyciągającego i pozwalającego tworzyć oryginalne aranżacje targowe. Stonowane, rozbielone pigmenty wprowadzają do projektów świeżość i dobrze komponują się niemal z każdą stylistyką. Subtelny wygląd takich aranżacji bardzo dobrze przełamują wszelkie surowe w formie akcenty – motywy gridu czy aluminiowe meble wystawiennicze. Po tego typu projekty chętnie sięgają marki kosmetyczne, cukiernicze czy producenci artykułów dziecięcych.





**METRAŻ: 36 m<sup>2</sup>**

Biel, drewno i zieleń to sprawdzone połączenie dające wiele możliwości. Jest uniwersalne, a przy tym odporne na mody i trendy. W projekcie stoiska wykorzystaliśmy panele o wysokim połysku połączone z drewnem, które jest doskonałym tłem dla zielonych roślin i innych motywów florystycznych. Odpowiednio dobrane akcenty drewniane świetnie komponują się też z dekoracjami imitującym beton, kamień czy szkło. Akcentem, który wyróżnia stoisko, jest ekspozycja z materiałów galanteryjnych, która tworzy bardzo plastyczny, trójwymiarowy efekt.





**METRAŻ: 120 m<sup>2</sup>**

Styl minimalistyczny niejedno ma imię. Jednym z mniej oczywistych wariantów minimalizmu są aranżacje nawiązujące do stylu high-tech, w którym szczególny nacisk kładzie się na perfekcyjne funkcjonowanie projektowanych obiektów oraz nadanie im ultranowoczesnego wyglądu. W naszej propozycji postawiliśmy na geometrię połączoną z mocnymi kolorami i wizualną dynamiką. Stoiska w tym stylu z całą pewnością przypadną do gustu firmom reprezentującym branżę IT, które charakteryzują się wyrazistym, nowoczesnym wizerunkiem.



# HELO FORM®

## system, który kształtuje biznes

Sprawny marketing to nie tylko wybór funkcjonalnych rozwiązań. To także optymalizacja budżetów i podejmowanie działań, które pozwolą uniknąć niepotrzebnych kosztów w przyszłości. Zapraszamy do zapoznania się z korzyściami, jakie daje system HELO FORM® oraz ofertą specjalną na jego zakup.





**M**odułowe meble sklepowe wyróżniają się możliwością dostosowania do indywidualnych potrzeb danego sklepu lub przestrzeni handlowej. W zależności od preferencji czy space planu można je dowolnie zestawiać, dopasowując je tym samym do aktualnych trendów i wymogów sprzedażowych oraz ograniczeń przestrzeni. Poniżej przedstawiamy kilka powodów, dla których tego typu systemy są coraz bardziej popularne i rekomendowane przez branżę.

## 1. UNIKALNOŚĆ

Modułowe systemy ekspozycyjne nie są taśmowymi realizacjami. Są zaprojektowane i wykonane specjalnie dla Twojego biznesu, dzięki czemu możesz mieć pewność, że będą unikalne oraz wyróżniające się na tle konkurencji. Możliwości ich kształtowania są niemal nieograniczone.

## 2. DOPASOWANIE DO POTRZEB

Praca z modułami pozwala na ścisłe dostosowanie ekspozycji do specyfiki Twojego biznesu, w tym do asortymentu, który chcesz zaprezentować. Dzięki temu masz pełną kontrolę nad tym, jak Twoje produkty są prezentowane i pozycjonowane, pozwalając im znaleźć odpowiednie miejsce na rynku.

## 3. PERSONALIZACJA

Przystępując do projektu systemów ekspozycyjnych możesz decydować o każdym elemencie aranżacji – kolorze i rozmiarze konstrukcji, rodzaju wypełnień, grafik reklamowych, akcesoriów czy rozmieszczeniu półek. Nie musisz już więcej wybierać pomiędzy walorami estetycznymi i funkcjonalnością.





#### 4. LEPSZE WYKORZYSTANIE PRZESTRZENI

Systemy modułowe to proste rozwiązania, które z łatwością można wpasować w dowolną przestrzeń – jej metraż czy styl nie są żadnym ograniczeniem. Przemysłana koncepcja wymaga niekiedy kompromisów, jednak z modułami nie trzeba iść na żadne ustępstwa. To system dopasowuje się do nas, a nie na odwrót.

#### 5. WSZECHSTRONNOŚĆ

Modułowe systemy ekspozycyjne są wyjątkowo uniwersalne. Mogą być otwarte, z półkami, wysokie, niskie, grać główną rolę w aranżacji lub też stanowić jej tło. Z powodzeniem można wykorzystywać je zarówno w stacjonarnych punktach sprzedaży, jak i podczas targów czy eventów. ■

## Stwórz własną, unikalną ekspozycję

Systemy modułowe są idealnym wyborem dla firm, które chcą pracować na elastycznych i funkcjonalnych rozwiązaniach, oszczędzając jednocześnie budżety związane z rebrandingiem czy wprowadzaniem sezonowych zmian ekspozycji. Jeśli planujesz remodeling salonu sprzedaży, chcesz wdrożyć nową strategię związaną z visual merchandisingiem lub też zastanawiasz się, jak doposażyć swoje stoisko wystawiennicze, zapraszamy do skorzystania z promocji na zakup systemu ekspozycyjnego HELO FORM®. Przełożymy Twoje potrzeby i oczekiwania na język projektowy, wprowadzimy wspólnie wypracowany koncept w obszar produkcyjny, a następnie wdrożymy go do Twojego biznesu.



HELO  
FORM

**-10%**

na zakup systemu HELO FORM®

Obierz rabat i dowiedz się więcej o systemach modułowych: [showroom@heloform.com](mailto:showroom@heloform.com)  
Czas obowiązywania promocji: 15 kwietnia – 31 maja 2023 r.  
[www.heloform.pl](http://www.heloform.pl)





## SHOWROOM

---

Clever Frame Sp. z o. o.

|