

МЕЖДУНАРОДНАЯ  
ВЫСТАВКА

Москва, МВЦ «Крокус Экспо»

**ВСЁ,  
ЧТО ДОМА  
ПРИГОДИТСЯ**

+7 (495) 363-50-32/33

info@hhexpo.ru

www.hhexpo.ru

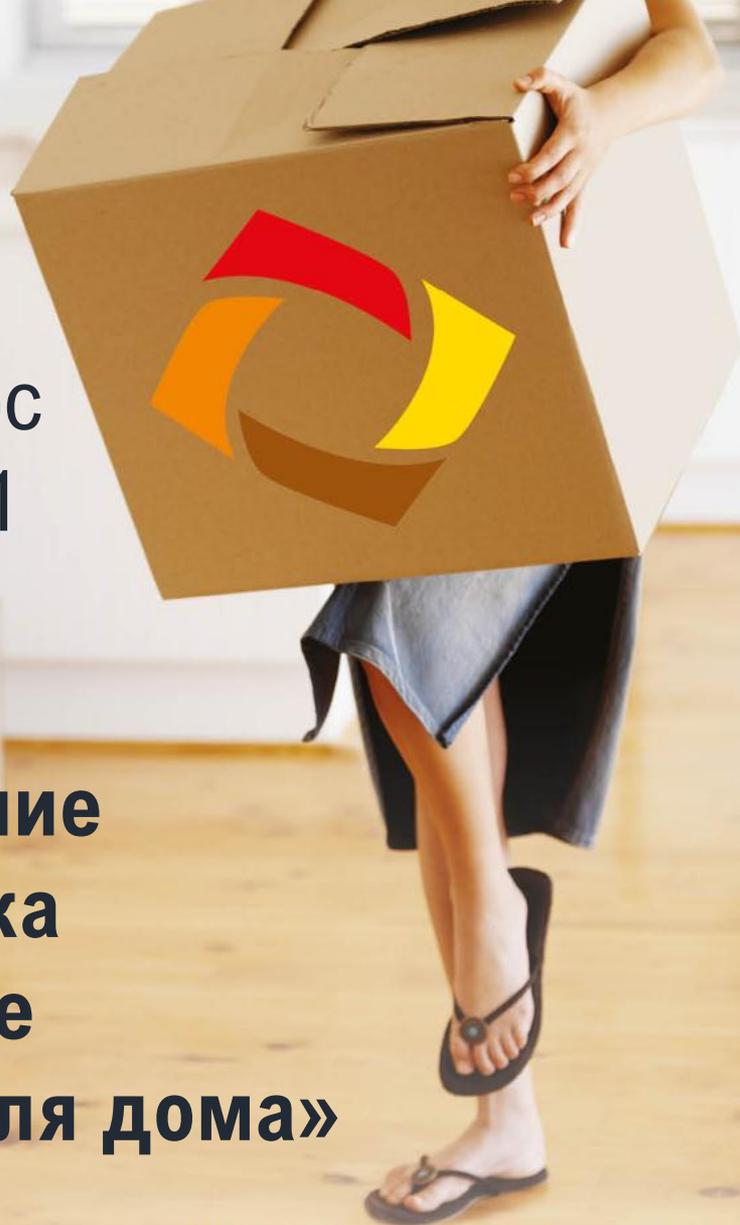
8-й конкурс  
осень 2021

**«Лучшее  
оформление  
и выкладка  
в магазине  
товаров для дома»**



**HOUSEHOLD EXPO**

ПОСУДА • ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА • ПОДАРКИ



# Участники конкурса

осень 2021



**HOUSEHOLD EXPO**

ПОСУДА • ПОДАРКИ • ХОЗТОВАРЫ • ИНТЕРЬЕР

№	Компания	Магазин	Город	Концептуальный подход к оформлению витрины	Лучшая композиция товаров в торговом зале	Лучшая выкладка на полке
1	Moroshka	Leroy Merlin	Санкт-Петербург и Москва		•	
2	Moroshka	Универмаг «Slava»	Санкт-Петербург, ТД «Пассаж»		•	
3	ОАО "Торговый дом "Заволжский"	Торговый дом "Заволжский"	г. Тверь, ул. Горького, 6	•	•	
4	ООО "Уютта"	Гипермаркет товаров для дома Уютта	Киров г, Блюхера ул, дом 29		•	
5	ООО "Домашняя коллекция"	Салон "Домашняя коллекция"	Казань, ТРК "Тандем"	•		
6	Мастер дом	Мастер дом	по всей России		•	
7	ИП Голюга И.А.	Атмосфера	Белгородская обл., г.Строитель, ул.5 августа, 28, оф.44	•	•	
8	ООО «Объединение «Хозторг»	Сеть супермаркетов «ВСЁ ДЛЯ ДОМА»	Воронеж, ул. Холмистая, ул. 68	•	•	•
9	ООО "Йорк РУ"	Магазин «Билмарт»	677021, г. Якутск, ул. Автодорожная, 29			•
10	ИП Чернов С.В.	«Посудов»	Ставрополь, ул. Доваторцев, 75А / ул. Тухачевского, 17/4	•	•	•

# Номинация «Концептуальный подход к оформлению витрины»

# ОАО "Торговый дом "Заволжский"

Торговый дом "Заволжский", г. Тверь, ул. Горького, 6

## Концептуальный подход к оформлению витрины

### Цель создания витрины

Вытащить из упаковки товар и показать наглядно покупателю как будет выглядеть товар (хранение вещей) в жилом пространстве (шкаф или гардеробная): единый стиль оформления, габариты, расцветки.

### Почему выбрана такая тема витрины

Согласно цели назначения самого продукта, хотелось вызвать у покупателя максимально приближенные образы ("как дома")

### На что сделаны основные акценты

На демонстрацию линейки ассортимента.

### Ценовой уровень продукта

Средний+



# ООО «Домашняя Коллекция»

Салон «Домашняя Коллекция», ТРК «Тандем», г. Казань, проспект Ибрагимова, д. 56, этаж 2

## Концептуальный подход к оформлению витрины

Цель создания витрины	Новогодняя сказка
Почему выбрана такая тема витрины	Рождественские праздники, подарки
На что сделаны основные акценты	Новогодний декор и текстиль
Ценовой уровень продукта	Средний и выше среднего



# ИП Голюга И.А.

«Атмосфера», Белгородская обл., г. Строитель, ул.5 августа, 28, оф.44

## Концептуальный подход к оформлению витрины

**Цель создания витрины**

Презентация товаров к 23 февраля и дню победы, вариантов подарков для мужчин

**Почему выбрана такая тема витрины**

Сезонная актуальность

**На что сделаны основные акценты**

На разнообразие вариантов подарков, на важность даты и события, на военную символику и мужские хобби

**Ценовой уровень продукта**

средний, средний минус

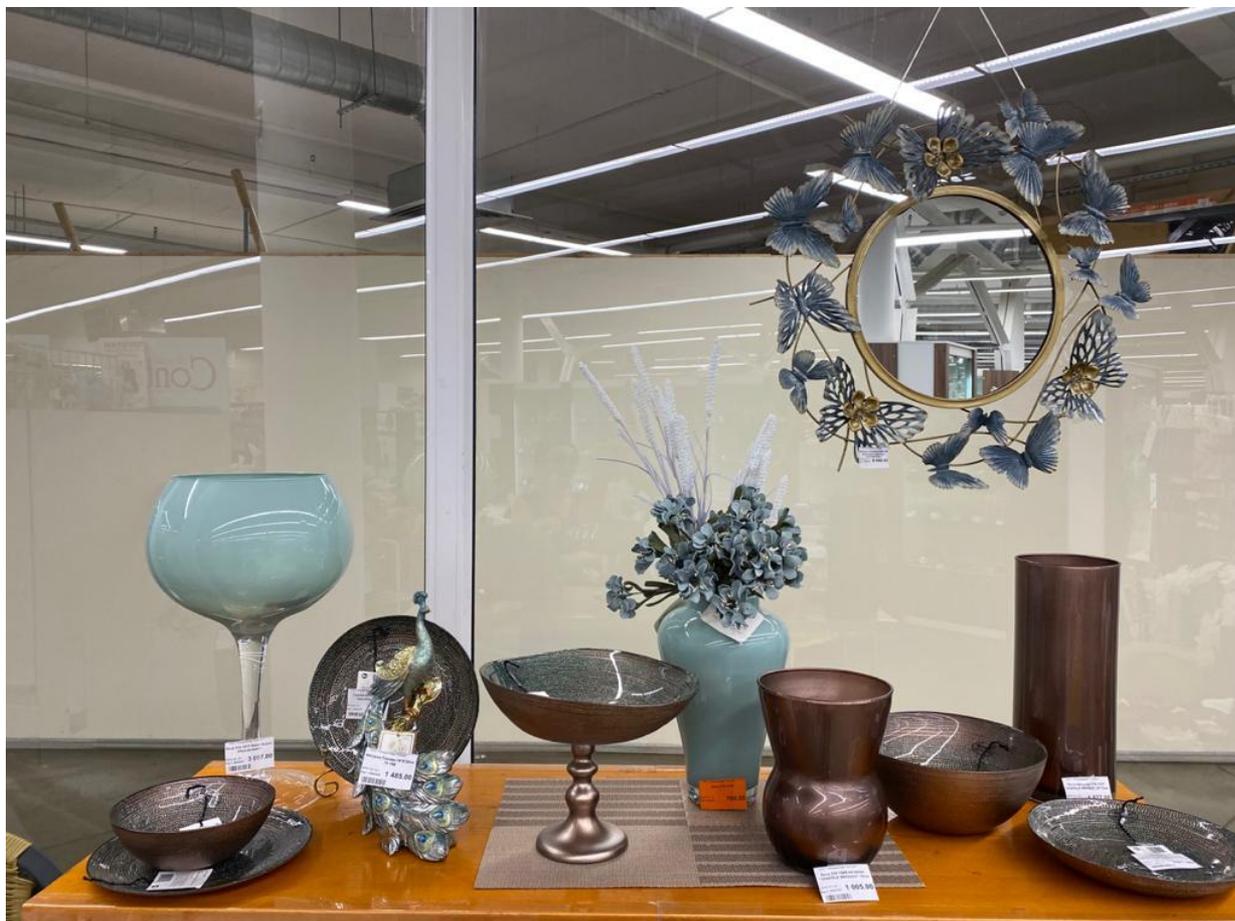


# ООО «Объединение «Хозторг»

Сеть супермаркетов «ВСЁ ДЛЯ ДОМА», Воронеж, ул. Холмистая, ул. 68

## Концептуальный подход к оформлению витрины

Цель создания витрины	сезонный товар для отдыха в саду
Почему выбрана такая тема витрины	продвижение сезонного товара
На что сделаны основные акценты	цветовое решение
Ценовой уровень продукта	средний



# ИП Чернов С.В. «Посудов»

«Посудов», Ставрополь, ул. Доваторцев, 75А / ул. Тухачевского, 17/4

## Концептуальный подход к оформлению витрины

Цель создания витрины	представить новинки, серии, коллекции
Почему выбрана такая тема витрины	модные тропические принты
На что сделаны основные акценты	яркие элементы декора в тематике тропики
Ценовой уровень продукта	средний (от 500р.)



# ИП Чернов С.В. «Посудов»

«Посудов», Ставрополь, ул. Доваторцев, 75А / ул. Тухачевского, 17/4

## Концептуальный подход к оформлению витрины

Цель создания витрины	представить новинки, серии, коллекции
Почему выбрана такая тема витрины	модные тропические принты
На что сделаны основные акценты	яркие элементы декора в тематике тропики
Ценовой уровень продукта	средний (от 500р.)



# Номинация «Лучшая композиция товаров в торговом зале»

# Moroshka

Санкт-Петербург и Москва, Leroy Merlin



# Moroshka

Санкт-Петербург и Москва, Leroy Merlin

## Лучшая композиция товаров в торговом зале

Цель создания композиции

Представить покупателям новую коллекцию Memphis

Почему выбрана такая тема композиции

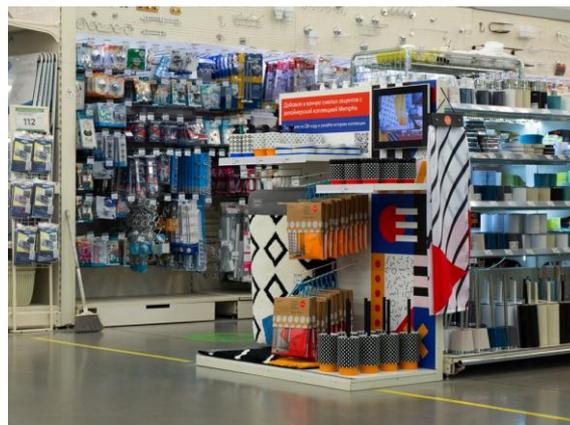
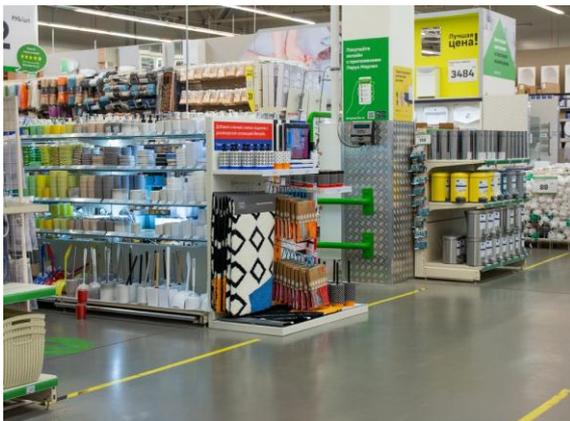
Соответствует стилю Memphis, привлекает внимание издалека

На что сделаны основные акценты

Яркость и необычность коллекции

Ценовой уровень продукта

Средний



# Moroshka

Универмаг «Slava», Санкт-Петербург, ТД «Пассаж»



# Moroshka

Универмаг «Slava», Санкт-Петербург, ТД «Пассаж»

**Лучшая композиция товаров в торговом зале**

**Цель создания композиции**

Вдохновить покупателя обновить интерьер ванной комнаты и спальни

**Почему выбрана такая тема композиции**

Максимально наглядное представление предметов коллекции

**На что сделаны основные акценты**

Создание «мягкой зоны» товаров для дома в универмаге

**Ценовой уровень продукта**

Высокий



# ОАО "Торговый дом "Заволжский"

Торговый дом "Заволжский", г. Тверь, ул. Горького, 6

## Лучшая композиция товаров в торговом зале

<b>Цель создания композиции</b>	Подтолкнуть покупателя приобрести весь комплект посуды и декора.
<b>Почему выбрана такая тема композиции</b>	Сезонность, т.к. в подобранной композиции задействованы идентичные цвета и оттенки как посуды, так и декора.
<b>На что сделаны основные акценты</b>	Акценты сделаны на сочетании цветов разных групп товара.
<b>Ценовой уровень продукта</b>	Средний



# ООО «Уютта»

Гипермаркет товаров для дома «Уютта», Кировская обл., г. Киров, ул. Блюхера, д. 29

## Лучшая композиция товаров в торговом зале

### Цель создания композиции

Готовое интерьерное решение. Помощь хозяйке в создании уюта в доме.

### Почему выбрана такая тема композиции

Мы клиентоориентированные. Мы предлагаем разнообразные темы и стили, ведь домашний интерьер — сфера очень личная.

### На что сделаны основные акценты

Мы кардинально пересматриваем ассортимент, чтобы предложить покупателю что-то новое и востребованное.

### Ценовой уровень продукта

Средний



# Компания Мастер Дом. Подразделение АрдДекориум

Салоны по всей России (более 1000кв.м), Москва, Нахимовский 65А

## Лучшая композиция товаров в торговом зале

### Цель создания композиции

Каждый элемент в зале, каждая маленькая и большая задуманная история по дизайну продумана, как с технической стороны, так и с покупательско-дизайнерской, для создания максимальной детализации проекта.

### Почему выбрана такая тема композиции

Компания занимается реализацией современных чистовых материалов для внутренней отделки любых помещений.

### На что сделаны основные акценты

Обои, краски, фрески, лепнина, светильники, декор, шторы, плитка, сантехника и прочие товары.

### Ценовой уровень продукта

Сегмент от среднего звена до Премиум класса. Товары отечественного и европейского производителя.

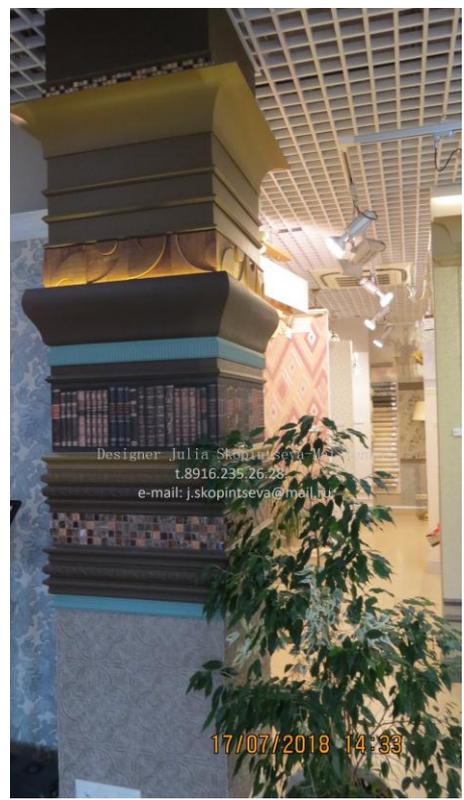
### Дизайнер

Скопинцева-Матвиенко Юлия Сергеевна



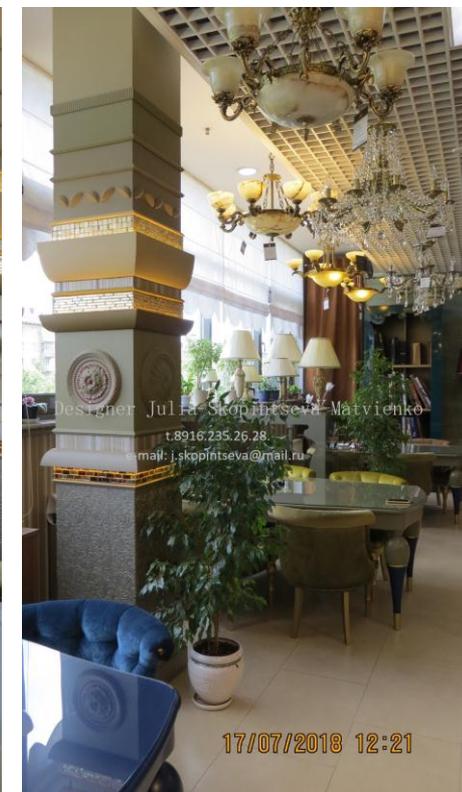
# Компания Мастер Дом. Подразделение АрдДекориум

Салоны по всей России (более  
1000 кв.м)



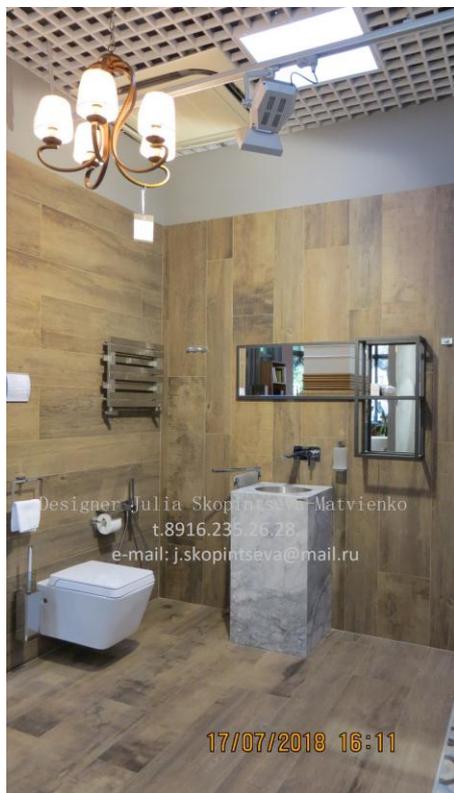
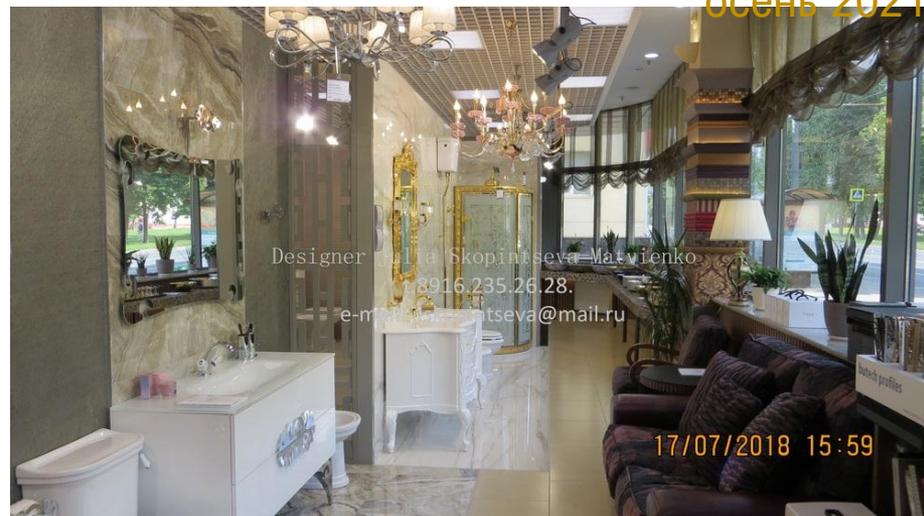
# Компания Мастер Дом. Подразделение АрдДекориум

Салоны по всей России (более  
1000кв.м)



# Компания Мастер Дом. Подразделение АрдДекориум

Салоны по всей России (более  
1000 кв.м)



# ИП Голюга И.А.

«Атмосфера», Белгородская обл., г. Строитель, ул.5 августа, 28, оф.44

## Лучшая композиция товаров в торговом зале

### Цель создания композиции

Презентация новой коллекции посуды и аксессуаров к новому году, создание единого стиля оформления торгового зала, напоминание о празднике

### Почему выбрана такая тема композиции

Тема "Новогодняя гжель" выбрана в связи с ее цветовым и стилистическим соответствием коллекции посуды, ее красотой и схожестью со временем года, ассоциацией в России

### На что сделаны основные акценты

На белый, бирюзовый и синий цвет, блеск серебра и освещение локации, на объединение всех предметов композиции (из разного ассортимента) в общую тему по цвету и стилю

### Ценовой уровень продукта

средний



# ООО «Объединение «Хозторг»

Сеть супермаркетов «ВСЁ ДЛЯ ДОМА», Воронеж, ул. Холмистая, ул. 68

## Лучшая композиция товаров в торговом зале

Цель создания композиции

новинки в посуде для сервировки стола

Почему выбрана такая тема композиции

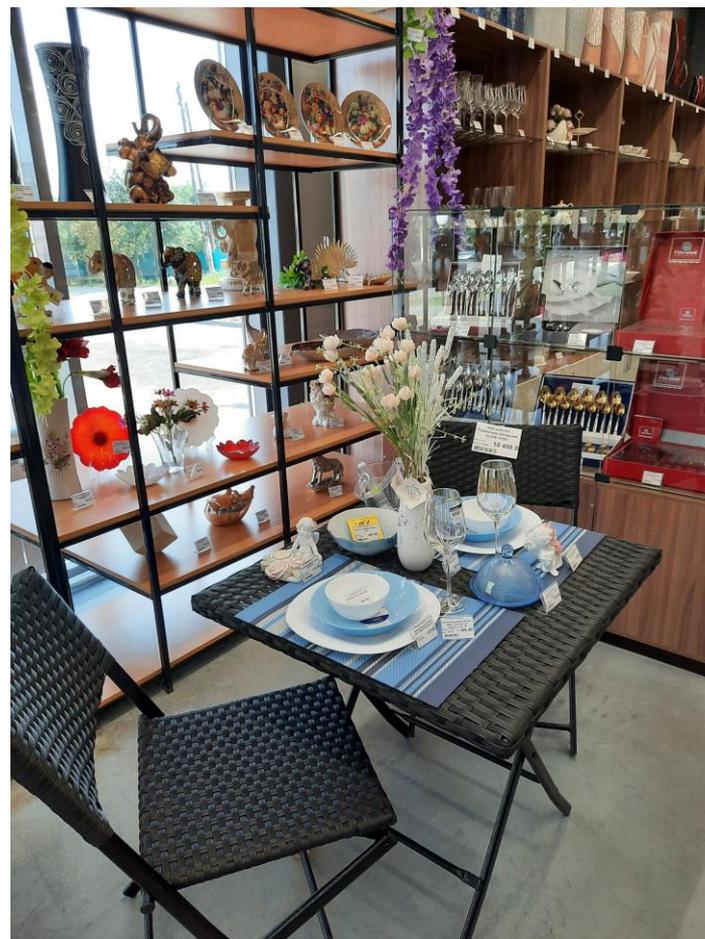
для визуального ознакомления со всеми SKU данной коллекции

На что сделаны основные акценты

нестандартные формы посуды

Ценовой уровень продукта

средний



# ИП Чернов С.В. «Посудов»

«Посудов», Ставрополь, ул. Доваторцев, 75А / ул. Тухачевского, 17/4

## Лучшая композиция товаров в торговом зале

Цель создания композиции	презентовать премьеры и новинки
Почему выбрана такая тема композиции	лето - время отдыха
На что сделаны основные акценты	тематика посуды в сочетании с декором
Ценовой уровень продукта	средний (от 200р.)



# ИП Чернов С.В. «Посудов»

«Посудов», Ставрополь, ул. Доваторцев, 75А / ул. Тухачевского, 17/4

## Лучшая композиция товаров в торговом зале

Цель создания композиции	презентовать премьеры и новинки
Почему выбрана такая тема композиции	лето - время отдыха
На что сделаны основные акценты	_____ в сочетании с декором
Ценовой уровень продукта	средний (от 200р.)



# Номинация «Лучшая выкладка на полке»

# ООО «Объединение «Хозторг»

Сеть супермаркетов «ВСЁ ДЛЯ ДОМА», Воронеж, ул. Холмистая, ул. 68

Лучшая выкладка на полке

Габариты полки (длина \* ширина) 1,0\*0,4 м

Количество размещенных товаров 2

Перечень товарных категорий посуда для сервировки, сувениры

Описание принципов выкладки цветовой решение



# ООО «Йорк РУ»

Магазин «Билмарт», 677021, г. Якутск, ул. Автодорожная, 29

## Лучшая выкладка на полке

Габариты полки (длина \* ширина)

480 x 200 см

Количество размещенных товаров

10

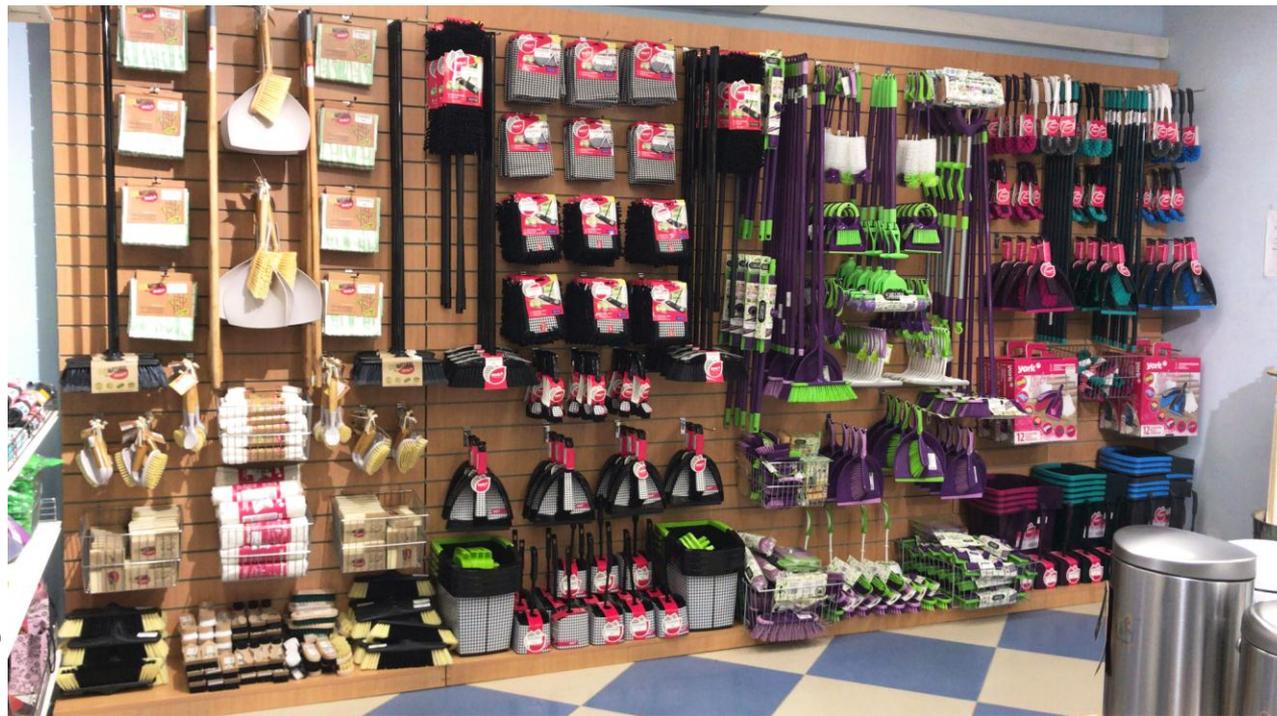
## Перечень товарных категорий

1) Щетки для одежды и обуви; 2) Ведро, губки для мытья посуды; 3) Хозяйственные принадлежности для туалета; 4) Рукоятки; 5) Салфетки хозяйственные; 6) Совки и щетки-сметки; 7) Стекломойки; 8) Швабры и запаски; 9) Щетки для пола; 10) Щетки и ершики.

## Описание принципов выкладки

При выкладке товаров на полке руководствовались следующими принципами:

- Удобство и доступность каждой категории для покупателя (На уровне рук вешается товар, который удобно достать руками, посетитель не будет бояться, что весь стенд упадет; на уровне глаз – самый ходовой товар; на уровне ног – товары, которые хорошо видны и создают «эффект изобилия»);
- Разделение по линейкам товаров (EcoNatural by York, Пепита, York Prestige, York);
- Принцип «переключения внимания» (Каждая линейка товаров представлена по-своему, нелинейно для привлечения внимания);
- Визуальная сбалансированность – от светлого к более яркому цвету;
- Логическое расположение сопутствующих товаров (Например, покупатель может приобрести не только швабру, но и ведро к ней).



# ИП Чернов С.В. «Посудов»

«Посудов», Ставрополь, ул. Доваторцев, 75А / ул. Тухачевского, 17/4

## Лучшая выкладка на полке

**Габариты полки (длина \* ширина)**

длина 1,25, ширина 50 см

**Количество размещенных товаров**

на каждом фото по одной товарной категории

**Перечень товарных категорий**

столовые сервизы, набор кастрюль и отдельные предметы, серии посуды, бренд

**Описание принципов выкладки**

цвет, бренд, назначение

