sign LINE

elektronický newsletter časopisu Sign č. 01/09, 7. 1. 2009

Asociace POPAI ocenila studentské návrhy

V působivém prostředí Valtického Podzemí ve Valticích proběhlo 18. listopadu 2008 vyhlášení výsledků soutěže POPAI STUDENT AWARD 2008 a předání cen vítězům.

Bohatý program akce byl koncipován tak, aby poskytl účastníkům (soutěžícím studentům) co nejvíce nových informací z oblasti marketingové komunikace v prodejních místech.

Součástí programu byl rovněž odborný seminář, na kterém zástupci POPAI CE Daniel Jesenský a Libor Jordán představili obor in-store komunikace, POP materiály jako komunikační nástroj a informovali o nejnovějších trendech v oblasti in-store komunikace. Pohled zadavatele na marketingovou komunikaci značky představil ředitel společnosti Soare Sekt Slovakia Ivo Kaňovský.

Velmi přínosné byly komentáře vybraných soutěžních návrhů z pohledu odborníků na design, výrobu, kteří studentům přiblížili své názory na realizovatelnost projektů z hlediska zvolených materiálů, výrobních technologií, úrovně designu apod.

Pro druhý ročník soutěže byly vyhlášeny tři soutěžní kategorie o nejlepší design POP materiálu podle zadaného briefu konkrétních zadavatelů – společností Coca-Cola HBC Česká republika, Johnson & Johnson a Soare Sekt Slovakia. Na základě hodnocení odborné poroty byly oceněny tři vítězné práce:

V kategorii nejlepší design POP materiálu dle briefu společnosti Coca-Cola HBC Česká republika získala nejlepší hodnocení práce „Coca-Cola Ice Table“, autor Aleš Lukašík (Fakulta multimediálních komunikací, Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně).

V kategorii nejlepší design POP materiálu dle briefu společnosti Johnson & Johnson získala nejlepší hodnocení práce „Listerine – malí ďáblíci“, autor Eva Táslerová (Ostravská univerzita, Fakulta umění).

V kategorii nejlepší design POP materiálu dle briefu společnosti Soare Sekt Slovakia získala nejlepší hodnocení práce „Multipack na víno a stojan Soare“, autor Jakub Hájek (Fakulta multimediálních komunikací, Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně).

Netradiční outdoor

S novým médiem z kategorie outdoor přišla společnost Wienerberger a reklamní agentura Magic Seven. Hrubé stavby postavené z cihel Porotherm totiž stejnojmenným logem obrandovala. „Billboardovou plochou zde není míněna pouze cihlová stěna s logem, ale vše, co se cílové skupině zobrazí na sítnici oka, tedy celá stavba nejen v jejím urbanistickém kontextu, ale i v širším krajinném zasazení,“ říká Jan Bárta z Magic Seven. Jde o dočasnou reklamu, která po omítnutí zmizí. Majitele takto obrandovaných domů společnost Wienerberger motivuje dárky vhodnými na stavbu a soutěží o další produkty.

Předplaťte si SIGN na rok 2009
www.economia.cz/predplatne

economia
OBSAH ROZHODUJE

Hvězdy 3D reklamy podeváté

Asociace 3D reklamy vyhlásila 9. ročník soutěže Hvězda 3D reklamy, v níž odborná porota vyhodnocuje nejlepší reklamní předměty použité k propagaci zboží, služeb a firem na českém trhu. Soutěž má stejně jako v minulém roce 12 základních kategorií, dále Inovaci roku a Absolutního vítěze. Zachována zůstává i zvláštní kategorie Reklamní předmět 3. milénia, která je určena především pro zatím nerealizované návrhy 3D reklamy. Soutěžní práce je možné zasílat do 9. března. Slavnostní vyhlášení výsledků proběhne v rámci doprovodného programu veletrhu Reklama, Polygraf 31. 3. na Výstavišti v Praze - Holešovicích.

STI Group nabízí nově lepší polepy

Společnost STI Group rozšiřuje svou nabídku pro zadavatele. Koncem minulého roku ve svém rumburském závodě uvedla do provozu nový lepicí stroj, který jí umožňuje efektivně lepit jak displeje, tak i obaly na jednom zařízení. Modulový layout má zlepšit flexibilitu firmy při plnění zakázek. Výše investice se pohybuje okolo jednoho milionu eur. STI Group strategicky posiluje pozici na evropském trhu rozšiřováním vlastní mezinárodní designérské a produkční sítě. V ČR disponuje výrobním závodem v Rumburku a designérským a poradenským centrem v Praze.

BigBoard převádí plachty

Společnost BigBoard se rozhodla převést vybrané reklamní stěny do provozu a prodeje

(Pokračování na stránce 2)

Chcete tisknout na samolepku bez kompromisu?
Objevte naši novou TOP fólii v monomerické třídě.
Objednávejte MACtac JT 5829 s šedým lepidlem, síla 95 mikronů.
Pro více informací pište na produkt@hsw.cz

mactac
H·S·W Signall

Řezací plotry od Graphtecu

Společnost Graphtec rozšířila své produktové portfolio o nové řezací plotry série FC8000, která nabídne vysokou kvalitu provedení a mnohem jednodušší ovladatelnost. Série zahrnuje celkem pět velikostí se dobrými technickými parametry: Maximální řezací přítlak 600 gf určuje pro řezání celé řady materiálů, maximální rychlost řezání 1485 mm/s a tříkrokové přítlačné válečky, které poskytují mnohem větší stabilitu při řezání dlouhých médií při garanci posunu 15 m pro řezání různých materiálů.

Různými typy jednotlivých modelů je možné řezat média šířek 24, 30, 42, 54 a 64 palců. S ovládáním plotru pomůže třípalcový LCD displej s interaktivním operačním a ikonovým menu. Navíc parametry plotru se zobrazují pomocí ikon, a tak je možné změnit jejich nastavení bez použití operačních klávesnic.

Série plotrů FC8000 díky své velké přesnosti, preciznosti a vestavěné inteligenci řadí ke špičce na trhu.

Rozmanitost aplikací plotru:

řezání vinylu

kreslení perem

děrování

ARMS 4.0
(automatický optický senzor)

Nové reklamní plochy na nádraží

Společnost Railreklam spouští s příchodem nového roku nový formát reklamní plochy nazvaný Variaposter. S tímto nosičem se bude možné setkat na 26 nádražích ve velkých městech po celé ČR. Variaposter bude možné využít ve dvou formách, buď ve formátu klasického billboardu (tj. 252 x 119 cm), nebo ve formě tří plakátů velikosti A0.

„Výhodou tohoto druhu reklamy je vysoká frekvence cestujících," říká Alexandr Křížek, jednatel společnosti. Podle počtu prodaných jízdenek se jedná o cca 100 lidí denně. „Reklama v blízkosti dopravních prostředků má tu výhodu, že lidé si jejím sledováním krátí dobu čekání, a je proto pozitivně vnímána. Navíc zde není četnost reklamních ploch tak velká jako v běžném prostředí OOH a většina osob cestuje pravidelně, čímž se jejich zásah stává účinnějším, dodává Křížek."

Podle dat agentury Median měsíčně cestuje vlakem 1,6 mil. lidí, přičemž nejsilnější kategorií jsou zde mladí lidé ve věku do 30 let. Nejčastěji lidé čekají na nádraží 6 až 10 minut a tento čas tráví převážně na nástupištích. Z výzkumu vyplývá, že reklama na nádražích je, co se týká absolutního počtu recipientů, srovnatelná například s reklamou v metru.

Canon představil špičkové projektory

Společnost Canon Europe představila na výstavě Integrated Systems Europe (ISE) – obchodním veletrhu pro profesionální poskytovatele audiovizuálních a integrovaných elektronických systémů, nový špičkový projektor XEED WUX10.

Nové projekční zařízení od Canonu nabízí nejvyšší rozlišením v oboru (WUXGA, 1920 x 1200 pixelů) a světelností 3200 lumenů a poskytuje prvotřídní projekci díky třem technologiím vyvinutým společností Canon – panelům LCOS, optickému systému AISYS a objektivu Canon s 1,5násobným zoomem a posunem 10 : 1. Canon své nové projektory prezentoval na projekčních plochách vytvořených na míru společností AVStumpfl, rakouským obchodním partnerem společnosti.

Netradiční outdoor České pojišťovny

Neobvyklou a kreativní formu outdoor prezentace zvolila Česká pojišťovna pro svou kampaň propagující rychlé řešení pojistných událostí. V blízkosti pražských obchodních center umístila instalaci „auta ve zdi". Netradiční outdoor pro ČP vytvořila agentura Mather Communications, která podle svých slov zvolila pro netradiční outdoor kampaň místa, kde běžně reklama nebývá.

(Pokračování ze stránky 1)

společnosti Outdoor Praha, městská reklama (OPMR). Jedná se celkem o patnáct velkých reklamních ploch na celém území Prahy. Přebírané stěny odrážejí zaměření společnosti OPMR – nestandardní realizace.

„Cílem akce je, aby se naše společnost stala největším poskytovatelem velkoplošných reklamních plachet na území Prahy," říká Jan Klápa, jednatel společnosti OMPR.

Filip Media změnila vysílání

S koncem roku 2008 proběhla změna vysílání na všech obrazovkách společnosti Filip Media, která provozuje reklamně-informační LCD obrazovky v nákupních centrech. Zahájeno bylo vysílání nové Flash TV. „Zásadně jsme změnili design a do názvu všech rubrik jsme zabudovali výraz flash. Dosavadní obsah vysílání se také bude měnit, vznikají nové vysílací bloky, jako například flash ve městě zaměřený na lifestyle," uvedla Jitka Mravinacová, PR specialistka Filip Media.

Tento krok potvrzuje postupný odklon provozovatelů sítí LCD panelů od čistě reklamního vysílání a posun směrem k širšímu záběru – infotainmentu.

Uzávěrka Duhového paprsku je 19. února 2009

Už jen šest týdnů zbývá do uzávěrky soutěže signmakingových realizací Duhový paprsek, v níž mohou své práce prezentovat jak realizátoři, tak i zadavatelé i autoři. V soutěži je připraveno pět kategorií: Světelná reklama, Indoor, Outdoor, POP/POS a Mobilní reklama. Záměrem soutěže je mapovat úroveň realizovaných prací z oblasti signmakingu, outdoor a indoor reklamy. Více informací naleznete na stránce www.sign-sdruzeni.cz/duhovy_paprsek.htm.

POS Media v Makru

Společnost POS Media Czech Republic uzavřela spolupráci s velkoobchodním řetězcem Makro, jehož klientům nabídne dva nové produkty: reklamní věž a reklamu na nákupních vozících.

K rozšíření produktového portfolia dodává Country Manager Emil Kováč: „Nabízet reklamní plochy v řetězci, jehož cílovou skupinou jsou výhradně podnikatelé (především z oblasti nezávislého maloobchodu, gastronomie a ostatních firem/institucí poskytujících služby), je pro nás novou výzvou. Zkušenosti máme prozatím pouze s obchodními sítěmi určenými převážně pro B2C, věřím ale, že i v tomto segmentu budeme moci využít dosavadní znalosti v oblasti POS."

POS Media Czech Republic poskytuje in-store reklamu převážně ve velkých retailových řetězcích.

Elektronická příloha časopisu Sign. Vychází čtrnáctidenně. Registrován pod ISSN 1801-4984. Kontakt: Sign, Economia, a.s., Dobrovského 25, 170 55 Praha 7; Daniel Köppl, šéfredaktor, tel.: 233 073 150, fax: 233 072 021, http://www.signmagazine.cz, signmagazine@economia.cz; Pavlína Jonáčková, inzertní manažer časopisu, tel.: 233 071 630, fax: 233 072 730, pavlina.jonackova@economia.cz. © Všechna práva vyhrazena. Bez předchozího písemného souhlasu vydavatelství Economia, a.s., je zakázána jakákoli další publikace, přetištění nebo distribuce (tištěnou i elektronickou formou) jakéhokoli materiálu nebo části materiálu zveřejněného v tomto PDF servisu. Společnost Economia, a.s. využívá agenturní zpravodajství ČTK, která si vyhrazuje veškerá práva. Publikování nebo šíření obsahu ze zdrojů ČTK je výslovně zakázáno bez předchozího písemného souhlasu ze strany ČTK.