

Den signmakingu v Brně byl úspěšný

V uplynulých dnech skončila výstava a souběžně probíhající konference Den signmakingu Brno. Podle předběžných výsledků a zájmu návštěvníků o konferenci je možné celou akci hodnotit úspěšně. „Překvapil mě zájem návštěvníků o diskuse a přednášky v rámci konference zaměřené pro obor signmakingu,“ sdělil například Daniel Jesenský, prezident asociace POPAI CE, která byla odborným partnerem konference.

V rámci prvního diskusního bloku vystoupilo se svým názorem několik odborníků: Richard Bachora, HSW Signall; Jiří Topinka, Matrix Media; Daniel Brýdl, Story Design; Barbora Skalníková, Addurre; Daniel Jesenský, Dago; Tomáš Vejdovec, MacTac, Petra Čepeláková, Freeboard. Celou diskusi vedl Daniel Köppl, šéfredaktor časopisu Marketing & Media. Druhá část konference jenom potvrdila, že česká signmakingová komunita má potřebu diskutovat, vzdělávat se a předávat si odborné informace z oboru.

Tigris Zlín instalovala stroj bizhub PRO C65hc

První instalace produkčního tiskového stroje Konica Minolta bizhub PRO C65hc se uskutečnila v reklamní společnosti Tigris Zlín. Od září tak mohou zákazníci Tigrisu Zlín realizovat své tiskoviny v pestřejších barvách.

Podle jednatelů společnosti Tigris Jiřího Vaňka a Pavla Maňáska byl podstatným důvodem pro nákup tohoto stroje nárůst zakázek pro digitální tisk a především snaha nabídnout zákazníkům něco nového – novou přidanou hodnotu jejich tiskovinám, a tím se výrazně odlišit od běžných tiskovin na trhu. „Klienti mohou dodávat podklady pro tisk bez složitějších úprav či předtiskových příprav. Zákazníci pracují s obrázky v barevném prostoru RGB a při objednávce nás pouze informují, zda chtějí využít tisk v rozšířeném barevném rozsahu sRGB nebo standardně ve CMYK,“ říká Jiří Vaněk. Společnost Konica Minolta představila nový stroj bizhub PRO C65hc. Tiskové zařízení je konstrukčně shodné s dříve uvedeným bizhubem PRO C6501, pracuje však s novými High Chroma tonery, jejichž předností je mnohem vyšší saturace barev než u klasického CMYK procesu. Barevný rozsah stroje se tak blíží sRGB barevnému prostoru.



Konference s tematikou firem a médií v Brně

Přední politické osobnosti a mediální odborníci poradí návštěvníkům konference s názvem Mediální politika firem a politiků, jak si naklonit média na svou stranu. Akce se koná 12. listopadu v novém pavilonu P brněnského výstaviště.

V rámci brněnské konference spolu k jednánímu stolu zasednou novináři, zástupci PR agentur, tiskoví mluvčí a přední osobnosti politické scény. Návštěvníkům se tak nabídne atraktivní možnost komplexně pochopit principy efektivní komunikace s médii. Program panelových diskusí slibuje inspirativní názorové střety, které přinesou cenné poznatky ze zákulisí české mediální a politické scény. Diskuse se zúčastní exkluzivní hosté v čele s bývalým předsedou vlády Milošem Zemanem, tajemníkem prezidenta Ladislavem Jaklem či ředitelem zpravodajství České televize Milanem Fridrichem.

Program konference bude rozdělený do dvou bloků. Zatímco dopolední pásmo bude věnováno korporátní komunikaci s médii, v odpolední části přijde na řadu diskuse o moci a bezmoci politiků vůči médiím. Moderátory panelových diskusí budou publicista Petr Žantovský a novinář Václav Sochor.

Kromě již zmíněných hostů se konference zúčastní například strategický plánovač společnosti Bison & Rose Vladimír Bystrov, ředitel agentury TPR Roman Bajčan, tiskový mluvčí Magistrátu hlavního města Prahy Jiří Wolf, regionální mluvčí RWE Jiří Bezděk, specialista na marketingovou a reklamní komunikaci Jan Cézar či odborník na PR Petr Lesenský.



Předplat'te si SIGN

www.economia.cz/predplatne

economia
OBSAH ROZHODUJE

Jak být úspěšní? Být u toho!

Tento týden začíná největší reklamní a mediální konference FORUM MEDIA. Konference, která bude probíhat ve dvou dnech (4. a 5. 11. 2009) celkem ve třech sálech, nabídne více než dvacet diskusních panelů věnovaných nejaktuálnějším tématům ze světa médií, marketingu a reklamy. Letošní ročník konference má velmi signifikantní název „Krizi na trůn“. Konference je připravena pro širokou skupinu profesionálů, jejichž práce souvisí s mediálním trhem, a to hlavně cíleně na řídící a marketingové pracovníky ovlivňující investice do médií a komunikace, zástupce výzkumných agentur, představitele oborových a profesních institucí a asociací na poli médií, reklamy a marketingové komunikace, odborné žurnalisty a další zájemce. Bližší informace o konferenci, její podrobný program, jména přednášejících a přihlášku naleznete na internetové adrese www.e-forummedia.cz.

Boomailer pro Makro

Makro Cash & Carry ČR realizovalo personalizovanou letákovou kampaň pro téměř půl milionu svých zákazníků. Personalizované letáky s akční nabídkou pro Makro v rekordně krátkém čase dokázal vyrobit Boom Tisk díky své technologii Boomailer. Celá výroba trvala od zadání do expedice na poštu pouhé 4 dny.

„Directmailingová technologie Boomailer je jediná svého druhu v ČR a je vhodná právě pro velmi rychlé zpracování středních a vyšších počtů personalizovaných letáků při minimálních nákladech na výrobu,“ vysvětluje Robert Domnosil, jednatel Boom Tisku. Zadávatel tak dokáže v rekordně krátkém čase a při minimálních nákladech vysoce individualizované přímo oslovit zákazníky třeba právě s akčními nabídkami s velmi krátkou dobou platnosti. Boom Tisk je nejmodernějším tiskovým a obálovacím střediskem v Česku s kapacitou jednoho milionu plnobarevných

(Pokračování na stránce 2)

Nahradí bannery textil?

V říjnu proběhl aplikační workshop firmy HSW Signall s názvem Textil místo banneru zaměřený na ekologický latexový tisk na textilní materiály německé společnosti PONGS. Právě nové textilní materiály se totiž mohou postupem času stát zajímavou ekologickou alternativou běžných PVC bannerů. „Textilní média nabízejí snadnou manipulaci při aplikaci, velký prostor pro kreativitu a jsou lidmi vnímána jako pocitově mnohem příjemnější než běžné PVC bannery,“ vysvětluje výkonný ředitel společnosti PONGS Bernd-Peter Lautenbach. „Kromě klasických reklamních sdělení se naše materiály velmi dobře uplatňují také ve značkových obchodech. S mnoha oděvními značkami jsme se shodli v tom, že textil prodává textil.“

Společnost PONGS je v podstatě výrobcem i zpracovatelem. Její tři základní divize se zabývají výrobou jakostního textilu, textilních médií pro digitální tisk a interiéry. Kromě toho se jedna divize zabývá i velkoplošným digitálním tiskem. Všechny tiskové materiály PONGS mají jednoho společného činitele – vysokou kvalitu. Pro představu, jak si v PONGS hlídají kvalitu expedovaných tiskových médií, slouží fakt, že reklamovaná vada se vyskytuje u pouhé 0,1 % z milionů metrů čtverečních ročně. Firma HSW Signall uzavřela se společností PONGS partnerství a na českém trhu její materiály prodává.



Soutěž POPAI Central Europe Awards 2009

Středoevropská kancelář POPAI CE připravuje soutěž Popai Central Europe Awards o nejlepší prostředky komunikace a reklamy v prodejních místech. Soutěž se uskuteční 26. listopadu 2009 v kongresovém centru hotelu Clarion Congress Hotel Prague na Praze 9. Soutěž navazuje na soutěž POPAI Zlatá koruna POP AWARDS a je jejím pokračovatelem.

Akce probíhá za podpory světové asociace POPAI a pod odbornou garancí POPAI France, která je organizátorem celoevropské podoby této soutěže v Paříži. Soutěž nabízí výrobcům POP prostředků příležitost zviditelnit pro širokou odbornou veřejnost nejlepší realizace své roční tvorby v rámci soutěžní expozice i v rámci rozsáhlé mediální kampaně. Patří mezi vrcholné události oboru marketing-at-retail: prezentuje nejnovější prostředky in-store komunikace, systémy podpory prodeje a další podpůrné propagační nástroje.

Součástí projektu soutěže je konferenční program, který se zaměří na aktuální témata marketingové komunikace v místech prodeje u nás i v zahraničí. Slavnostní vyhlášení výsledků soutěže proběhne v rámci gala večera dne 26. listopadu 2009 v prostorách Clarion Congress Hotel Prague. Více informací na <http://www.popai.cz/soutez>.

Firma THIMM vyhrála designovou soutěž

Nástěnný kalendář obalářské společnosti THIMM získal cenu iF communication design award 2009. Mezinárodní sedmnáctičlenná porota vyznamenala vysoce žádanou cenou mimořádný promotion-display ve formě adventního kalendáře. Nástěnný kalendář společnosti THIMM je koncipován jako zvláštní reklamní dárek v době adventu a od mnoha dalších standardních kalendářů, které jsou každoročně rozesílány zákazníkům, se liší svým netradičním designem. Je vyroben z ekologické lepenky a může být v závislosti na vydání různorodým způsobem zušlechtěn v kvalitním ofsetu nebo digitálním tisku – od tvaru přes firemní logo až po obrázky produktů nebo osobní fotografie jednotlivých pracovníků. Dalším originálním detailem jsou jednotlivé přihrádky kalendáře, které mohou být rovněž individuálně naplněny malými dárčky.



Předplatitelé časopisu SIGN mají přístup do všech čísel v on-line archivu časopisu zdarma.

(Pokračování ze stránky 1)

stran denně. Specializuje se na novinky v oblasti digitálního tisku. Kromě technologie zvané Boomailer, jež výrazně zlevňuje directmailingové produkty, investoval nedávno přes 100 milionů korun do unikátní technologie TransPromo, kterou má rovněž jako jediný na českém trhu.

Prezentační akce firmy POLAR

Firma Polar-Mohr, německý výrobce jedno- a dvouřezacích systémů, připravil pro své zákazníky i širokou odbornou veřejnost tzv. Technology Days 2009. Jedná se o prezentační akci, která je pořádána v mateřském závodě POLAR v německém Hofheimu a bude trvat po celý listopad. Akce je zaměřena především na automatizaci procesu řezání, a to jak pomocí automatizačních prvků, tak pomocí integrace řezání v rámci celého výrobního workflow. Úspory v tiskárnách (především z titulu nižší potřeby obsluhujícího personálu) jsou stále častěji diskutovaným tématem, a tak by listopadová akce POLAR Technology Days 2009 mohla oslovit mnoho polygrafických podnikatelů v ČR. V předváděcím centru POLAR budou vystaveny jak základní modely řezacích strojů s nejjednoduššími automatizačními prvky, tak nejvyspělejší generace řezacích systémů PACE.

POLAR Technology Days jsou pojaty jako individuální prezentační akce, a počet míst na každý prezentační den je tedy omezen. Pro více informací navštivte www.heidelberg.cz anebo kontaktujte společnost Heidelberg.

Zákazníci stále více tlačí na cenu

Podle statistik společnosti B2M.CZ, která využila data ze systému ePoptávka.cz, je při výběru dodavatele pro poptávajícího stále důležitějším kritériem cena. Ta je od října loňského roku rozhodujícím faktorem pro 46 % poptávajících, přitom před říjnem to bylo 42,5 %. „Porovnání statistik před hospodářskou recesí a po ní ukazuje, že roste vliv ceny na úkor rychlosti vyřízení dodávky,“ komentoval výsledky Petr Valeš, jednatel společnosti B2M.CZ. Statistiky vycházejí z více než 15 tisíc dotazníků, které vyplnili přímo poptávající na serveru ePoptávka.cz za uplynulá dva roky.

REX pro LG

Společnost LG letos na podzim otevřela nové školící a prezentační centrum v Praze. Veškerá označení zde realizovala firma REX. Pro střešní panel byla použita deska z materiálu Dibond s grafikou, vstupní panel je vyroben z materiálu Dibond Butterfinish s hliníkovými písmeny. Firma REX zde vyrobila také recepce – použit byl rovněž Dibond a 3D plexi písmo.

Elektronická příloha časopisu Sign. Vychází čtrnáctidenně. Registrován pod ISSN 1801-4984. Kontakt: Sign, Economia, a.s., Dobrovského 25, 170 55 Praha 7; Michal Doležel, šéfredaktor, tel.: 233 071 632, <http://www.signmagazine.cz>, michal.dolezel@economia.cz; Pavlína Jonáková, 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 jakákoliv 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 vyhradzuje veškerá práva. Publikování nebo šíření obsahu ze zdrojů ČTK je výslovně zakázáno bez předchozího písemného souhlasu ze strany ČTK.