

Konference v rámci Dne signmakingu Brno

Úspěšný čtvrtý ročník výstavy Den signmakingu znovu naplnil kongresový sál brněnského hotelu Voroněž odbornou veřejností ze světa reklamy. Stejná zvědavost, s jakou si návštěvníci prohlíželi expozice dodavatelů, však patřila i přednáškám a diskusím předneseným v rámci doprovodné konference.

Podle prvních hrubých odhadů organizátorů navštívilo akci přibližně 300 návštěvníků, což je podobný počet jako loni a číslo, se kterým organizátor zhruba počítal.

Prvním předneseným tématem v rámci konference byl monitoring trhu signmakingu z pohledu dodavatelů. Sdružení dodavatelů pro signmaking ČR totiž podrobně analyzuje trh z údajů svých členů. Prezident sdružení Martin Melin kromě analýzy vývoje trhu upozornil na významný fakt – marže se ve všech komoditách výrazně snížily a v celém řetězci výroby reklamy zůstává velmi málo zisku.

Tento jev má delší trvání a nutně povede firmy k hledání dalších příjmů. Jako příklad uvedl, že snížení marží na technologiích v současnosti nedává prostor k zajištění všech služeb, na které jsou zákazníci zvyklí. Mohlo by proto dojít k podobnému jevu, jaký nastal v IT oblasti – cena hardwaru bude samostatnou položkou a zvlášť budou oceněny služby, jako je instalace, školení personálu a další služby spojeny s integrováním nových technologií do firemního workflow. Celkový zisk klesá kontinuálně od roku 2008 a avizované oživení trhu zatím k dodavatelům nedorazilo.

Další témata se už nesla v pozitivnějším duchu, návštěvníky nakonec zaujala odpolední debata na téma Co krize signmakingu dala a vzala.



Začíná signmakingový veletrh Viscom ve Frankfurtu

Tento týden se otevrou brány výstaviště ve Frankfurtu nad Mohanem a ve čtvrtek 4. listopadu začne pravděpodobně nejvýznamnější evropská signmakingová událost letošního podzimu – veletrh Viscom 2010. Veletrh potrvá do soboty 6. listopadu.

Cesta autem do Frankfurtu nezabere z Prahy víc než šest hodin, takže pokud máte den volna, přijďte se podívat, co je v signmakingu nového. Letos sice proběhla Fespa, takže velké novinky se očekávat asi nedají, nicméně pořád se jedná o druhý nejvýznamnější veletrh roku.

I když se i na Viscomu krize samozřejmě podepsala, očekávají organizátoři přibližně tři stovky vystavovatelů z nejrůznějších oblastí signmakingu od výrobců velkoplošných tiskáren až po místní producenty POP nosičů.

Pro větší přehlednost rozdělili organizátoři veletrh do tří sekcí T, M a D. T jako Technique & Process (technologie a proces výroby), M znamená Marketing, Media, Application (asi netřeba překládat) a D je zkratka pro Design & Creation, tedy návrh a tvorbu. Jak vidno, klade si Viscom za cíl ukázat obor signmakingu jako komplexní proces nejen výroby, ale i uplatnění jeho produktů v marketingovém mixu zadavatelů.

My se samozřejmě chystáme do Frankfurtu v silné sestavě, takže nebudete v Signu ochuzeni o rozsáhlé zpravodajství a články o novinkách.



Předplatte si SIGN

www.economia.cz/predplatne

economia
OBSAH ROZHODUJE

Coty opět v in-storu

Coty představí novou řasenku a oční stíny značky Rimmel London. Uvedení na českém trhu regionálně podpoří tradičně hlavně v místě prodeje. Tváří nové řasenky je opět anglická modelka a herečka Lilly Cole.

BTW nakoupila novou plochu

Agentura By the way (BTW) má novou plochu v Praze 6, v ulici Evropská. Plachta má rozměry 10 x 15 metrů, prvním klientem je Alza.cz.

Národní divadlo má Vikuiti

Na vchod do budovy Nové Scény ND byla umístěna speciální projekční fólie Vikuiti od společnosti 3M.

Tato informační tabule využívá skleněného pláště budovy, který umožňuje Vikuiti uplatnit její vlastnost zpětné projekce. Skleněná plocha divadla tak bude sloužit pro informační a prezentační účely.

Palace Media má akci 1+1

Společnost Palace Media, zastupující multi-kina Palace Cinemas, připravila pro zadavatele reklamy aktuální nabídku, kdy při objednávání jednoho týdne reklamní kampaně v měsíci listopad dostane klient zdarma jeden týden navíc.

V listopadu do kin přijde např. horor Saw 3D, film Harry Potter a relikvie smrti či romantická komedie Záměna.

Summa
DIGITAL IMAGING TECHNOLOGY

H·S·W
Signall



Jeden stroj, bezpočet možností.

25 let zkušeností firmy Summa,
vložených do nové řady stolových plotrů F Series.

Konference o direkt marketingu na Printexpo

V příštím roce (4. května 2011) se v rámci veletrhu Printexpo uskuteční odborná konference pod názvem Direct Mail, která kromě jiných zajímavých témat představí nové možnosti a využití nejnovějších technologií v tisku pro kreativní řešení direktmarketingových kampaní klientů.

Veletrh chce propojením témat souvisejících s tiskem a kreativním řešením vybudovat konečně zadavatele k návštěvě veletrhu, inspiraci pro další práci, využívání tiskových řešení a současných širokých možností v rámci marketingových kampaní. Veletrh Printexpo si dal do svého hlavního sdělení návštěvníkům téma: Inspirace tiskem – neomezená kreativita, a tak je jeho hlavním úkolem obohacovat a inspirovat nejenom konečné zadavatele. „Již v současné době máme avizovanou řadu novinek, které se na veletrhu představí, věřím, že se bude čím inspirovat, říká ředitelka veletrhu Monika Hrubalová.

BoomTisk pro Rajfku

Společnost Boom Tisk kompletně zpracovává hromadnou korespondenci pro Raiffeisen stavební spořitelnu. Jedná se o kompletní produkci, obálkování a odesílání veškerých výpisů z účtů spoření a úvěrů, smluv, dopisů, potvrzení a dalších dokumentů, jež jsou adresovány klientům Raiffeisen stavební spořitelny (RSTS). Technologie, jež Boom Tisk využívá, umožňují RSTS efektivnější zpracování informací a snadnější komunikaci s klienty. RSTS si Boom Tisk vybrala letos v létě na základě náročného výběrového řízení, v jehož rámci navštívila i jednotlivá tisková střediska. Výběrového řízení se zúčastnili nejvýznamnější hráči v oboru nabízející černobílý i barevný tisk.

První obchod Tchibo v novém designu

Dne 14. října byl v libereckém OC Nisa otevřen první obchod Tchibo, který se českým zákazníkům představuje ve zcela novém designu. Firma Tchibo Praha má své obchody, které spojují kavárnu, prodej kávového sortimentu a spotřebního zboží v nákupních centrech velkých i středních měst v celé ČR i na Slovensku. Obchody mají jednotný design vycházející z osvědčeného modelu 3 v 1. Na ploše asi 80 až 100 m² tak zákazníci najdou kavárnu pro posezení, pulťový prodej kávy na doma i stále se měnící nabídku spotřebního zboží na týdenní témata. Navíc si zde lze pořídit systém Cafissimo pro výrobu kávy z kapslí v klasickém černošedém designu i v limitovaných barevných edicích. Dalším zpestřením je obohacení sortimentu spotřebního zboží o stálou kolekci výrobků pro kávový požitek, navržených ikonou světového průmyslového designu Sirem Terencem Conranem.



Oki snižuje emise CO₂

Společnost Oki snížila díky dlouhodobé strategii spotřebu elektrické energie v evropské továrně o 600 kWh, což odpovídá ekvivalentu 315 tun emisí CO₂. Závod výrobce tiskových zařízení snížil během dvou let spotřebu elektřiny o 17 %, tedy o téměř trojnásobek stanoveného limitu, který si vedení společnosti předsevzalo splnit do roku 2012. Firma toho dosáhla díky vytvoření menších světelných zón, sektorové klimatizaci či zredukováním počítačových serverů na polovinu. „V roce 2008 jsme se rozhodli jít cestou, která je vstřícná vůči životnímu prostředí. Proto jsme si dali za cíl celosvětově snížit emise CO₂ v našich závodech o šest procent,“ říká Harushige Sugimoto, prezident Oki Data Corporation, a dodává, „kvůli klimatickým změnám, které se na naší planetě odehrávají, je snižování spotřeby elektrické energie velmi důležité.“

Argonic a Chiplite na Viscomu

Návštěvníci expozice společnosti Majert (stánek č. I54, hala č. 3) na mezinárodním veletrhu vizuální komunikace Viscom 2010 ve Frankfurtu nad Mohanem se budou moci detailně seznámit s posledními novinkami a trendy v sortimentu LED zdrojů světla.

Firma Majert obchoduje své LED moduly, vyvinuté speciálně pro použití ve světelné reklamě, již od roku 1999. Letošní expozice bude doplněna také o LED trubice Argonic, které jsou alternativou k tradičním zářivkám. Kromě standardního bílého světla ve dvou teplotách chromatičnosti 4 a 6 tis. K, budou také představeny barevné trubice. Mezi nimi například zelená – vyvinutá pro benzínové stanice OMV, nebo modrá pro Aral. Výstavu můžete navštívit ve dnech 4. až 6. listopadu od 10 do 18, v sobotu pak do 17 hodin.

Cukrovinky chtějí na veletrhy

Do 29. listopadu 2010 je možné se přihlásit do tendru společnosti Quality Season Product na komplexní zajištění účasti na veletrzích a výstavách v zahraničí. Jeden z předních dodavatelů zvláště sezonních cukrovinek hodlá do veletrhů investovat 6,8 mil. Kč bez DPH. Vybraná společnost má zajistit výstavní plochy, návrh a stavbu expozic, návrh a výrobu tiskových materiálů v anglickém, ruském a německém jazyce, dopravu tiskových materiálů a vzorků sortimentu na veletrhy.

Vodafone osvětlil most

Společnost News Outdoor na třídě 5. května v Praze instalovala na stávající mostní reklamě na lávce u KCP osvětlení loga pro klienta Vodafone. Bylo použito polepené plexisklo a LED osvětlení. Kombinací dvou různých způsobů osvětlení – jednak prosvětlení písmen dovnitř a jednak ze zadu – vznikl zajímavý efekt.

GE objíždí města

Media Investments realizovala celorepublikovou kampaň „Hypoteční dny“ pro GE Money Bank. Konkávní reklamní vozy se objevují v hlavních městech ČR. Vozidla byla vybrána s ohledem na cílovou skupinu, trasy byly přizpůsobeny denní době: dopoledne na velkých sídlištích, odpoledne pak v centru a u nákupních center.

Infinity zabrala maxi plochu

Automobilka Infinity zvolila pro model M v rámci venkovní kampaně plochu společnosti MaxMedia na pražské magistrále. Jedná se o největší osvětlenou reklamní plochu v ČR, dosahuje 900 m². Kampaň zde poběží do konce letošního roku.

Škoda se zimními vizuály

Společnost POS Media ve spolupráci s agenturou MediaCom připravila kampaň pro Škodu Auto v hypermarketech Tesco a Ahold. Různé zimní motivy se tak objeví celkem na 8500 nákupních vozících.

Personálie

Ke dni 1. listopadu 2010 opouští po 17 letech funkci generálního ředitele společnosti Ospan Václav Koukol, kterého vystřídá Petr Breburda. Petr Breburda pracuje v Ospanu také 17 let a doposud byl ředitelem prodeje a členem představenstva. Téměř dva roky strávil v Polsku jako ředitel sesterské koncernové firmy. Jeho úkolem je adaptace firmy na měnící se tržní prostředí.