

Dakar prověřuje latex

Tradiční horké železko v ohni na nejsledovanější rallye světa má nejenom Česká republika a automobilka Tatra v podobě speciálu Aloise Lopraise, ale i signmaking. Plachty na voze Tatra 815 tištěny ve firmě Konkys z Mořkova na latexové tiskárně HP Designjet LX 800 od HSW Signall.

Tradice výroby a potisku autoplačet sahá v Mořkově na začátek roku 1990. Značka Konkys se přitom úspěšně rozvíjí i v dalších oblastech komplexního zpracování technického textilu. V poslední dekádě firma rozšířila portfolio služeb také o velkoplošný tisk a vše s tímto reklamním a grafickým segmentem spojené. O silné orientaci na progresivní technologie svědčí i skutečnost, že firma měla tiskárnu HP Scitex LX 800 nainstalovanou jako první uživatel v Evropě. Dodavatelem tiskárny byla společnost HSW Signall.

Soutěžní speciál Tatra 815 Dakar 2011 Aleše Lopraise se po dvou etapových vítězstvích probíhal na druhé místo v průběžném celkovém pořadí a těžce dotírá na vedoucího Rusa Kabiřova v boji o celkové vítězství.



Vlajková loď společnosti Sapeli

V Jihlavě byla otevřena nová, v Česku největší vzorkovna dveří a zárubní, která představuje produkty společnosti Sapeli. Vzorkovna se jmenuje Sapeli Centrum a měla by se stát centrem inspirace a informací pro všechny, koho zajímá bytový design. Koncept a realizaci interiéru prodejní plochy zajistila společnost Visual Impact ve spolupráci s agenturou PG group.

Vybraný koncept akcentuje multifunkčnost prostoru a prostorovou flexibilitu při zachování vysokého stupně podpory prodeje a multimedií podporujících image a značku Sapeli a informovanost návštěvníků. Vnitřní prostor o celkové rozloze 750 m² byl rozdělen do tří hlavních zón: produktové, prezentační a relaxační. Hlavní expozici Sapeli Centra je 75 modelů nabízených dveřních křidel a zárubní. Dveře a zárubně jsou umístěny v na míru vyráběných hliníkových rámech. Ty jsou k sobě vzájemně připevněny v horní i dolní části chytrými sponami. Toto upevnění spolu s konstrukčním řešením hliníkového rámu umožňuje snadnou manipulaci, přeskládání stojanů do libovolných útvarů, přidávání či ubírání rámu v závislosti na volném prostoru. Výborně se hodí i pro potřeby veletržních prezentací – rámy se jednoduše rozloží a zase složí na místě akce. Atypické POS stojany s osmi dotykovými LCD představují širokou nabídku dveřních doplňků, tedy vzorníků dveřního kování, řezů dveří, lišt, zárubní nebo vzorníků skel. Po stisknutí náhledu



(Pokračování na stránce 2)



Předplat'te si SIGN

www.economia.cz/predplatne

economia
OBSAH ROZHODUJE

JCDecaux posiluje na letištích

JCDecaux upevňuje svou pozici na trhu s reklamou na letištích. Ve Francii chce vytvořit joint venture se svým dlouhodobým partnerem, leteckou firmou Aéroports de Paris. Každý by měl vlastnit poloviční podíl v novém podniku. Firmy by chtěly zahájit společný podnik v červenci, toto rozhodnutí však musí ještě schválit European competition regulators. Prodej reklamy bude zahrnovat jak digitální, tak statické nosiče, na třech letištích spravovaných zmíněnými aerolinkami: Paříž-Charles de Gaulle, Paříž-Orly a Paříž-Le Bourget. JCDecaux prodává reklamu na přibližně 160 letištích po celém světě, např. v Dubaji, Frankfurtu, Londýně, Miláně, New Yorku či Los Angeles. Nedávno vyhrála také tendr na desetiletou exkluzivní spolupráci se všemi letišti v Saúdské Arábii.

HSW mění telefonní čísla

Společnost HSW Signall oznamuje, že došlo ke změně všech jejích telefonických kontaktů v České republice. Hlavním důvodem změn je eliminace zpoždění v případě obsazených linek. Zlepšení dostupnosti telefonních kontaktů si vyžádalo instalaci nové ústředny a rovněž změnu konceptu distribuce příchozích hovorů. Nová ústředna vždy okamžitě vyhledá volnou linku, aniž by volající museli čekat nebo být ručně přepojováni. Další výhodou je zmenšení počtu využívaných čísel. Aktuální telefonní čísla jsou: Recepce (212 220 700), Prodej Praha (212 220 701), Prodej Brno (212 220 702), Servis (212 220 707), Fax Praha a

(Pokračování na stránce 2)

reklama
polygraf
2011

www.reklama-fair.cz

23.-25. 3. 2011

Výstaviště Praha – Holešovice

...součástí veletrhu je **konference**

tipy a triky s grafickými fóliemi.

Pořadatel
konference:

3M

(Pokračování ze stránky 1)

vzorku se na displeji zobrazí příslušný produktový list obsahující všechny potřebné informace daného výrobku. Významné místo mají ve vzorkovně produktové novinky nebo dveře v akční nabídce. Ty řeší pohledově vyvýšené pojízdné POS podstavce.

Na zadní stěně Sapeli Centra v délce 14 metrů jsou zavěšeny v řadách nad sebou odnímatelné vzorky, které reprezentují vyráběné povrchy dveří. Zákazníci si je tak budou moci detailně prohlédnout, anebo s nimi zamířit k panelu s interiérovými barvami a zjistit, která povrchová úprava dveří nejlépe ladí s daným barevným odstínem stěny. **Více o konceptu Sapeli Centra se dozvíte v Signu 1/2011.**

Bizhub pro PSP a menší firmy

Černobílý Bizhub 43 od Konica Minolta je díky malým rozměrům a intuitivnímu ovládání ideální jako centrální tiskové zařízení menších společností nebo jako tiskové vybavení přímo na lokální pracoviště. Díky zabezpečenému tisku je navíc vhodným strojem všude tam, kde se pracuje s citlivými dokumenty.

Konica Minolta Bizhub 43 kombinuje funkci tiskárny, kopírky, skeneru a faxu s rychlostí tisku či kopírování až 43 černobílých stran A4 za minutu. Funkce duplex pro oboustranný tisk je, stejně jako automatický oboustranný podavač originálů, standardním vybavením stroje, jež dosahuje výtěžnosti toneru až 20 tisíc výtisků. Když už je nutné vyměnit náplň, je vše díky ergonomickému designu dílem okamžiku. Až čtyři zásobníky papíru umožňují okamžitý přístup k různorodým vstupům o maximální kapacitě až 1800 listů. Ačkoliv se jedná o černobílou multifunkci, je k dispozici barevné skenování rychlostí 15 stran za minutu s rozlišením 1200 dpi.



OOHmedia.cz s novým modulem

Společnost OOHmedia.cz ukončila vývoj a nasadila do ostrého provozu nástroj, který řeší distribuci reklamních materiálů ve značkových obchodech klienta v návaznosti na kampaně značky. Program řeší koordinaci, distribuci a termíny pro instalaci a deinstalaci jednotlivých reklamních předmětů na obchodních místech a jeho prostřednictvím je možné také pořizovat fotodokumentaci.

Starbucks bez kávy

Nové logo kaváren Starbucks se v budoucnu obejde bez nápisu „Coffee“. Důvodem jsou podle vyjádření firmy plány expanze hlavně na americkém trhu, kde se uvažuje o zahrnutí vína či piva do sortimentu a rozšíření nabídky potravin. Novému logo dominuje pouze symbol zelené Nymfy, který Starbucks používá už od svého vzniku. Představení loga vybraným zaměstnancům v Seattlu přenášel Starbucks na internetu. V obchodech se logo objeví v březnu v souvislosti s oslavou 40 výročí značky.



DOOH účinnější ve větších NC

Podle výzkumu agentury WPP ve Velké Británii lépe působí digitální reklamní média na spotřebitele ve větších nákupních centrech nežli v těch menších. Ve větších centrech jsou zákazníci vnímavější ke komerčním zprávám, protože jsou zde většinou spokojenější, navíc zde sledují média delší dobu. Vnímavější byly ženy než muži.

Nejdéle sledovali obrazovky lidé ve věku 16 až 24 let – 5,8 sekundy, což bylo téměř dvakrát tolik než lidé ve věku 35 až 44 let, kteří byli druhou skupinou s nejdelší délkou sledování. Co se týká obsahu sdělení, na nakupující mnohem více zapůsobily animace. Výzkum byl prováděn pomocí technologie sledování obličejů na digitálních obrazovkách Clear Channel a Kinetic.

Citylighty z ledu předvedla JCDecaux

Na městském mobiliáři JCDecaux proběhla předvánoční kampaň vodky Finlandia. Kromě klasických CLV byla doplněna o speciální ledové plochy ve formě citylightů, do kterých byly zamrazeny láhve s vodkou. Tyto realizace byly k vidění na pražském Andělu a Václavském náměstí. Kampaň vznikla ve spolupráci se společností Brown-Forman, která Vodka Finlandia do ČR dováží a distribuuje. Ledové CLV musela v centru Prahy hlídat ostraha.

(Pokračování ze stránky 1)

Brno (212 220 799), Nákupní oddělení (212 220 704) a Finanční oddělení (212 220 705). Slovenská telefonní čísla zůstávají v platnosti.

Prima Blansko na nové adrese

Společnost Prima Blansko se 1. 1. 2011 přestěhovala na novou adresu: Prima Blansko, Pražská 7, č.p. 1602, 678 01 Blansko. Telefonní, faxové a e-mailové spojení zůstává beze změn.

Ticket Art vypsal tendr na své logo

Společnost Ticket Art Praha, prodejce on-line vstupenek na kulturní, sportovní a společenské akce, mění od roku 2011 strategii své komunikace. Součástí tohoto kroku je i tendr na novou podobu jejího loga.

Tendr na re-copy loga vyhlásil Ticket Art koncem loňského roku. Změna korporátní identity je součástí nové strategie komunikace pro další období.

Podle výkonného ředitele firmy Tomáše Peterky postoupily ze sedmi přihlášených agentur do druhého kola výběrového řízení agentury Ju-Turn Advertising, Maxx Creative Communication, HBA Communications a Ideas Advertising.

Personálie

- Významnými změnami prochází Feron Thysen Plastics, jeden z největších dodavatelů plastových materiálů pro signmaking. Po patnácti letech ve firmě končí její jednatel Vladimír Sokol. Končí také dva obchodní zástupci pro signmaking – Lenka Landová (po sedmi letech) a Martin Kutěj (po třech letech). Sekci technických plastů opouští po čtyřech letech Zdeněk Hoch.

- Novým generálním ředitelem české pobočky společnosti HL Display, dodavatele in-store merchandisingových řešení pro maloobchodní sektor, se stal Vojtěch Motl. Přichází z výzkumné společnosti ACNielsen, kde v posledních letech působil na pozicích ředitele pro retail a generálního ředitele pro Českou republiku a Slovensko. Ve své pozici nahrazuje Jána Šimunka, který nadále povede slovenskou pobočku společnosti.

- Jednu z největších českých firem zaměřených na POP materiály Moris Design povede od února její jednatel Pavel Michalíček do konce ledna 2011 skončí ve funkci ředitele MORIS design. Firmu zaměřenou na signmaking povede její jednatel Radomír Klofáč. Michalíček vedl Moris Design uplynulé čtyři roky a v oboru chce působit i nadále. Firma letos patřila na oborové soutěži POPAI Awards k nejocenenějším soutěžícím spolu s konkurenty Willson & Brown, Dago, Union a Dekor.