

Reklama, Polygraf: Jaký tedy letos byl?

Devatenáctý ročník veletrhu Reklama, Polygraf proběhl v roce, ve kterém se ani renomovaní ekonomičtí analytici nedokážou shodnout, jaký vlastně bude. Co už víme, je, jaký veletrh v pražských Holešovicích byl. „Vzhledem k tomu, jaká je všeobecná situace, zejména ekonomická, jsme udělali maximum možného,“ říká Zdeněk Sobota, ředitel veletrhu, a vysvětluje, „na to, jaká je doba, tak ta výstava dopadla dobře, byla dobře obsazená.“

Tradiční členění veletrhu do tří hal, kde právě křídlo Průmyslového paláce tradičně okupovaly dárky všech tvarů, barev a cen, střední halu polygrafická část a levé křídlo dodavatelé materiálů a technologií pro výrobu reklamy, ukázalo na odlišnou situaci v jednotlivých oborech. Jestli si signmakeři stěžují na krizi a tlak zadavatelů na cenu, o dárkových předmětech to platilo dvojnásob. Nejenže chyběly největší firmy, ale i nabídka se omezila na kalendáře, flešky a ručníky. Naproti tomu se do levého křídla podařilo dostat nejvýznamnější novinky zejména z oblasti velkoplošných tiskáren, což je poněkud s podivem vzhledem k tomu, že největší výrobci cílí až na květnovou Drupu v Düsseldorfu. Na otázku, proč si jejich výrobci po světové premiéře v únoru v Barceloně na veletrhu Fespa vybrali právě Prahu, je snadná odpověď. Česká republika je jediná středoevropská země, která si zachovala i v ekonomické krizi kvalitní lokální výstavu. Ani lidnaté Polsko, ani bohaté Rakousko nemají veletrh s takovým jménem, jako má v Evropě pražská Reklama. „Paradoxně levé křídlo dopadlo lépe než vloni, do střední haly se nám podařilo dostat nové technologie a nové směry hlavně v oblasti digital signage. V pravém křídle, které bývalo tradiční dominantou dárkových předmětů, je cítit, že je tento segment v útlumu – firmy šetří, mají méně zakázek, zákazníci poptávají menší objemy,“ potvrzuje Zdeněk Sobota.



Tahákem byl i letošní silný doprovodný program, na který se pořadatel M.I.P. Group zaměřil. Výsledkem byla tři auditoria, ve kterých probíhaly přednášky a workshopy hned v šesti sekcích. „V oblasti doprovodných programů spatřuji největší kus práce, zejména v tematické různorodosti. Spustili jsme například diskusi o fenoménu webu a sociálních sítí, kterou navštívilo 170 lidí. Byly tu i světově uznávané kapacity, například prezident organizace evropských sitotiskových asociací Fespa Gyorgy Kovács nebo Stephan Jaeggi, který je světovým odborníkem na tisková data a představitelem standardizační autority PDF/X formátu,“ popisuje Sobota.

A trocha statistiky na závěr – na Reklamě se prezentovaly zhruba dvě stovky vystavovatelů ze všech sfér reklamních služeb, přesný počet návštěvníků zatím není znám, ale pořadatelé očekávají stejný zájem jako vloni, tedy mezi 12 až 15 tisíci návštěvníky. Takový je i odhad vystavovatelů. Návštěvníky veletrhu letos poprvé lovil i formou elektronické komunikace, například stránkou na Facebooku, kde má skoro osm stovek fanoušků.

Duhový paprsek zná vítěze

Soutěž o nejlepší signmakingovou realizaci za rok 2011 Duhový paprsek na veletrhu Reklama, Polygraf vyhlásila vítěze v jednotlivých kategoriích, i držitele zvláštních ocenění.

Připomeňme, že všechny přihlášené práce, jichž se letos sešlo víc než čtyři desítky, soutěžily v pěti kategoriích. Světelná reklama, Outdoor reklama, Indoor reklama, Mobilní reklama a POP/POS reklama. Porota byla tradičně tvořena odborníky na marketingovou komunikaci a samozřejmě

(Pokračování na stránce 2)

Vink rozšiřuje nabídku

Společnost Vink rozšířila svoje stávající portfolio o materiály pro signmaking, display a digitální tisk. V oblasti plotrových fólií se jedná o ucelenou řadu produktů společnosti Aslan. A to monomerní fólie, polymerické fólie, translucentní a okenní fólie, fluorescentní a metalické fólie, tabulové fólie. V oblasti display spolupracuje společnost Vink s firmou M&T display. Pro digitální tisk nabízíme materiály Politape, a to tisková monomerní a polymerická média Poli-Print a laminovací filmy Poli-Lux. Novinkou je také zařazení materiálů 3A Composites, na trhu velmi oblíbených lehčených desek Foam-X, Kapaline a Kapaplast.

Seminář o LEDkách

Asociace výrobců signmakingu pořádá seminář LED diody pro signmaking. Akce se uskuteční v úterý 24. 4. 2012 v Hotelu Olšanka v Praze 3. Na semináři se dozvíte, jak si snadno orientačně změřit svítivost reklamy, jak provést základní výpočty (lumény, luxy, kandely). Seminář bude obohacen o prezentace dodavatelů LED komponent pro signmaking. Na jednom místě uvidíte celé spektrum výrobků s příklady jejich použití. Poplatek za jednu osobu je 500 Kč, každý ze členů AVS má nárok na vstup pro jednu osobu zdarma.

Wi-fi v MHD má aplikaci pro Android

Od minulého roku můžeme cestovat v MHD a být stále on-line díky wi-fi pointům od společnosti Mobilboard.

Cestující se mohou připojit zdarma k internetu a volně surfovat, připojení sponzoruje reklamní kampaň klienta.

Několik takových reklamních tramvají s internetem můžeme dlouhodobě potkat např. v Brně. Například v tramvaji Pilsner Urguell se připojuje průměrně až 300 lidí denně.

Aktuální novinkou je možnost zobrazení pohybu těchto vozů v mobilních telefonech přímo on-line na mapovém podkladu Brna. Aplikace Wifi Tram je vylepšena o možnost zobrazení pouze vozů s Wi-fi pointem. Cestující stojící na zastávce tedy aktuálně vědí, zda se k nim blíží tramvaj s internetem. Aplikaci Wifi Tram je možno stáhnout zdarma z Google Play do svého mobilu.

Signmaking na hradě

Rok 2012 se může pyšnit několika významnými událostmi. Letní Olympijské hry, ME ve fotbalu nebo třeba akce Rok Pernštejnů. Na všech z nich najdete mnoho příkladů využití signmakingu, na historickém hradě je ale pře-

(Pokračování na stránce 2)



DOTOVANÁ DEMO NABÍDKA EXPOLINC

Rádi byste předvedli svým zákazníkům prezentační systémy naživo?
Využijte až 60% slevu na demo systémy švédské značky Expolinc!

Nabídka je časově omezená, další informace získáte u obchodních zástupců nebo na obchod@hsw.cz



H·S·W
Signall

expolinc

(Pokračování ze stránky 1)

na signmaking, letos se sešla ve složení Jitka Vysekalová (ČMS), Jiří Mikeš (VŠE), Jan Kopka (Ospap/Multiexpo), Martin Melín (Sdružení dodavatelů pro signmaking ČR), Pavel Brabec (AČRA MK), Pavel Černý (Gordica Communication), Jiří Weiner, Zdeněk Sobota (M.I.P. Group), Jaroslav Fajgl (Orange Factory) a Václav Loubek (časopis Sign).

Kromě cen v kategoriích udělila porota i čtyři zvláštní ocenění a letos i Grand Prix celkovému vítězi soutěže. V kategorii Světelná reklama zvítězila firma Rex za práci pro P&G Rakona, porotu přesvědčilo zakomponování světelného loga do vodopádu. Outdoorovou reklamu ovládla Revolta se 150 m dlouhým megaboardem pro Nike Prague Run, přičemž porota vyzdvihla zejména natištěná osobní motta jednotlivých běžců, kteří se tak s plachtou fotili. Indoorová reklama našla vítěze ve firmě Remarque, která vytvořila design kanceláře ředitelky BMW. Cenu za Mobilní reklamu si odnáší firma Sopko z Chomutova, která vyzdobila autobus pro tamní prvoligový hokejový tým. Za display pro Johnson & Johnson do zubních ordinací získala Duhový paprsek firma Authentica.

Prestižní cenu časopisu Sign si odnesla firma 3P za světelnou reklamu pro japonského zadavatele Takenaka. Hlavní cenu za celkové vítězství v soutěži získala agentura Wellen za netradiční řešení vánoční kampaně za práci Andělé nad Prahou pro Českou Spořitelnu.

Zvláštní ocenění už jen ve stručném přehledu: Cena Sdružení dodavatelů pro signmaking ČR – Remarque za přeměnu firemních prostor BASF, Cena ČMS míří do Matrix Media za výrobu repliky Sixtinské kaple pro natáčení seriálu Borgias, Cena veletrhu Reklama, Polygraf pro Atlas AG za využití ekologických materiálů při propagaci ekologického produktu The Original Green Pan.

Nové vedení POPAI

Na valné hromadě členů POPAI CE, která se konala 21. 3. 2012, byly představeny plánované akce a projekty POPAI CE pro rok 2012 a zároveň proběhly volby zástupců vedení asociace pro nové období. Výsledky voleb potvrdily, že prezidentem POPAI CE zůstává i pro další volební období Libor Jordán ze společnosti Dekor spol. s r.o. a rovněž do funkce viceprezidenta byl znovu zvolen Daniel Jesenský z firmy Dago A.P.C. V radě budou dále pracovat Monika Hrubalová (čestná členka POPAI), Pavlína Klementová (POS Media Czech Republic), Zdeněk Sobota (M.I.P. Group), Aleš Štibinger (Gaia Group) jako garant pro sekci digitální a multimediální komunikace a Viera Černá (Reda) jako garant pro oblast dárkových a propagačních předmětů.

Nově zvolená rozhodčí komise POPAI CE bude fungovat ve složení: Petr Šimek (Wellen), Ondřej Kreidl (Glance Media) a Vlastimil Král (Rex).

Celoroční program aktivit POPAI CE podporuje rozvoj asociace, jejich členů a oboru marketingu v místě prodeje.

POPAI CE realizuje nebo plánuje realizovat v letošním roce řadu významných projektů:

- kontinuální vzdělávací program pro všechny subjekty působící v oboru: POP materiálu, dárkových předmětů, digitálních médií, světelné reklamy, akce pro zadavatele reklamy ...,
- mezinárodní konferenci Marketing at-retail POPAI forum 2012,
- oborovou soutěž POPAI Awards 2012 o nejlepší komunikační prostředky v prodejních místech,
- vydání informačního materiálu „Průvodce oborem marketing at-retail 2012“,
- průzkumové projekty: monitoring investic do in-store, anketu s maloobchodními společnostmi o využitelnosti POP nástrojů v in-store,
- přípravu průzkumu se zapojením neuroscience v oblasti in-store,
- soutěž POPAI Student Award 2012,
- rozšiřování spolupráce s ostatními evropskými pobočkami POPAI,
- akce podporující oblast digitální a multimediální komunikace a dárkových předmětů a mnoho dalších.

LED linka od Dencopu

Společnost Dencop Lighting uvedla na trh nový způsob výroby LED linek k lineárnímu osvětlení budov či atik čerpacích stanic. Firma Neon Zlín tuto novinku úspěšně instaluje v projektu modernizace vzhledu sítě čerpacích stanic Silmet. „Po špatných zkušenostech s dřívě dostupným systémem je toto řešení od Dencopu optimální pro kvalitní a dlouhodobou instalaci se zárukou,“ konstatuje Ladislav Bártek z Neon Zlín. Na osvětlení celého lemu benzinky se použilo 100 metrů LED linky osazené zalitým Power LED páskem se specifikací long life. Podklad atiky pro LED linku je zhotoven opláštěním z kompozitních panelů DEBOND 0,3 mm AL žluté barvy. Všechny materiály pro tuto zakázku dodala společnost Dencop Lighting.



(Pokračování ze stránky 1)

ce jen netradiční. V rámci představení úspěšného šlechtického rodu na Pardubicku byla instalována podlahová grafika o ploše 8 x 6,5 metru v jedné z hradních věží. Jejím položení předcházela příprava dat, která pocházejí ze skenu historické mapy standardně uložené v Památkovém ústavu. Svůj účel výborně splnil materiál v podobě podlahového sendviče Mactac StreetRap a laminace StreetRap Protect. Výsledek instalace si mohou návštěvníci hradu na Kunětické hoře prohlédnout od 30. 3. v rámci celoroční výstavy. Tento zajímavý exponát realizoval tým go4print.eu.

Jistota barvy od Xeroxu

Tiskaři, kteří chtějí získat více zakázek než konkurence v oblasti barevného tisku a dosáhnout tak vyšších příjmů, stále častěji využívají program společnosti Xerox Jistota barvy. Ten zaručuje, že výsledné produkty odpovídají očekáváním zákazníků, a zároveň usnadňuje opakování zakázek.

Program Jistota barvy se zabývá optimalizací správy barev a omezováním nejistoty v řízení barev, což usnadňuje produkci zakázek s konzistentním barevným podáním. Technologie sama není všemocná, proto program zahrnuje i poradenství, rozvoj obchodních příležitostí, služby pro partnery a zákaznická řešení. „Tiskaři stále častěji ve svých provozech používají různorodá tisková zařízení a dosažení barevně konzistentních výstupů na všech zařízeních je pro ně klíčovou podmínkou úspěchu. V Xeroxu si to dobře uvědomují, proto se snaží posunout spolehlivost barevného tisku tam, kde bychom ji ve 21. století očekávali,“ uvedl Frank Romano, emeritní profesor Rochesterského technologického institutu (RIT).

Alpine Pro v nepravidelných tvarech a z ekomateriálů

Alpine Pro představuje nový koncept svých prodejen. Jeden z prvních inovovaných obchodů této značky sportovního a outdoorového oblečení otevřel dnes v novém ostravském obchodním centru Nová Karolína. Celkově je to 36. prodejna Alpine Pro v Česku. Kromě této prodejny je podle nového konceptu zřízena ještě prodejna v Plzni a další mají v průběhu tohoto a příštího roku přibývat. Nový koncept využívá horské motivy a ekologické materiály. V prodejnách má zákazníkům usnadnit orientaci v sortimentu přehlednější označení typů produktů. Zboží je vystaveno v oddílech s nepravidelnými tvary, která podle jednatele společnosti Moris, jež pro Alpine Pro prodejnu realizovala, umožňují vystavení více zboží než v předchozích souměrných uličkách. „Koncept stávajících prodejen bylo třeba inovovat, a tak jsme se rozhodli pro modernizaci a provzdušnění prodejen s cílem promítnout do designu hodnoty Alpine Pro,“ říká Milan Gába ředitel marketingu Alpine Pro. Mezi ně podle něj patří pozitivní vztah

(Pokračování na stránce 3)

Značení pro policii

K nejlepším obchodním výsledkům nevede vždy nejrychlejší cesta, jak jsme se mohli přesvědčit na příkladu společnosti Lakeside Films Ltd, distributora materiálů Avery Dennison Graphics and Reflective Solu-tions pro dopravní a bezpečnostní značení. Managing Director společnosti Lakeside Films Scott Horne, který disponuje bohatými zkušenostmi z oblasti grafiky a výroby samolepicího značení, usoudil, že ke skutečnému proniknutí na trh bude třeba ve spolupráci s policií provést praktické testy, které prokážou efektivitu těchto materiálů v přímém srovnání s ostatními řešeními.

Společnost Lakeside Films pro začátek zvolila formální dlouhodobé testy na vozidlech dvou britských policejních sborů na základě specifikací vývojového oddělení britské policie, jimž materiály Avery Dennison plně odpovídaly. „Naším záměrem bylo účinně informovat trh o tom, že mezi materiály pro značení pohotovostních vozidel existují skutečné rozdíly,“ vysvětluje Scott Horne, „a přesvědčit správce policejního vozového parku, že materiály Avery Dennison, které distribuujeme, nabízejí v rámci celé životnosti těchto vozidel výhodnější poměr ceny a užitných vlastností. Věděli jsme, že to můžeme dokázat.“ Společnost Lakeside Films ve spolupráci s certifikovanými zpracovateli vytvořila značení s využitím fólií Avery Dennison pro celkem 12 pohotovostních vozidel dvou partnerských policejních sborů a zahájila praktické testy materiálů, které měly vydržet 12 až 18 měsíců.



Mezanin lepil RegioJet

Společnost Mezanin vpustila na české a slovenské železnice žlutou barvu na vlacích společnosti RegioJet, dceřiného podniku Student Agency. „V České republice jsme realizovali exteriér lokomotiv – polep devíti vozů řezanou grafikou s nápisy až 3 m vysokými. Dále jsme museli pružně zareagovat na vysoký zájem cestujících, čtyři vagony nebylo možné tak rychle nalakovat, bylo nutné tedy zvolit celopolep. Čtyřicet vagonů jsme opatřovali interiérovými ochrannými prvky proti odření zavazadly a dekoracními samolepkami imitace hliníku,“ říká Tomáš Faruzel z Mezaninu. Na Slovensku provozuje RegioJet pronajaté soupravy, půlka vlaků se za pár měsíců bude vracet. „Barevná změna fólií byla vybrána jako alternativa dražšímu stříkání barvou. Fólie se lehce odstraní a původní lak je ochráněn,“ popisuje Faruzel. Použité fólie Orafol dodala Igepa.



Katalog produktů HSW Signall

Společnost HSW Signall tradičně při příležitosti konání veletrhu Reklama, Polygraf vydala Katalog materiálů a technologií pro velkoformátový tisk a signmaking 2012. Obsahem katalogu materiálů je nejen tradiční sortiment, ale i některé méně známé materiály. Zboží je rozděleno do dvou částí a osmi skupin.

První část tvoří Materiály pro velkoformátový tisk a signmaking. Do první skupiny jsou soustředěny právě materiály pro velkoformátový tisk, na ni logicky navazuje druhá skupina produktů Inkousty a provozní kapaliny. Klasickým materiálům se věnuje třetí skupina produktů katalogu Plotrové fólie a čtvrtá Desky. Pátá je věnována Orientačním systémům. Kromě speciálního katalogu prezentačních systémů Expolinc 2012 najdete nabídku těchto produktů i v šesté části katalogu pod názvem Prezentační systémy. Druhá část katalogu soustřeďuje informace o tiskových a dokončovacích technologiích a řídicím softwaru. Úkolem této technologické části katalogu je umožnit orientační seznámení s jednotlivými kategoriemi produktů a jejich přibližnou cenou.

Pro každý z produktů, který je umístěn v katalogu, jsou k dispozici v přehledné grafické podobě podstatné informace. Kromě informací o rozměrech, balení a způsobu dodávky (kusy, metry, celé role) tu najde zákazník základní charakteristiku zboží a nejčastější způsob použití.

Rex označil Krystal

Společnost Rex označila v pražském Karlíně restauraci Krystal. Neonová reklama je vyrobena z dibondových desek v provedení černá lesk. Desky jsou polepeny logem Krystal v bílé matové barevnosti. Středem polepu je vedena neonová trubice o průměru 20 mm. Reklama tak přes den i v noci působí luxusním dojmem. „Neon rozhodně stále žije, jen se nebát jej využívat,“ říká Vlastimil král, majitel firmy Rex.



(Pokračování ze stránky 2)

k přírodě a ekologická odpovědnost. Všechny použité materiály ve vybavení obchodu jsou proto buď recyklovatelné, anebo už přímo zrecyklované. Interiér nové prodejny realizovala společnost Moris.

Kraft mění název

Společnost Kraft Foods minulý týden oznámila nové názvy dvou společností, které vzniknou po jejím rozdělení. Globální společnost na výrobu cukrovinek a snacků (včetně kávy a rozpustných nápojů), která působí na našem trhu, nově ponese název Mondelez International. Druhá z nich, která bude nadále působit pouze v Severní Americe, si ponechá svůj původní název Kraft Foods. Změny názvů vstoupí v platnost po rozdělení firmy do konce roku 2012.

Řada LED svítidel QOD se rozšiřuje

Řada LED světelných čtverců QOD od společnosti OSRAM je nyní uváděna na trh v exkluzivních chromových krytech. Změnily se také velikosti. Svítidla QOD byla dříve vyráběna pouze v malé velikosti „Small“ (S), nyní jsou k dostání i ve střední „Medium“ (M) a velké „Large“ (L) velikosti. Světelný pás QOD Domino obdélníkového tvaru doplňuje řadu flexibilních, modulárních LED svítidel typu „downlight“.

S rozšířenou řadou výrobků QOD lze velmi jednoduše realizovat zajímavá světelná řešení. Kromě malých svítidel QOD, 7 x 7 cm, v malé „Small“ velikosti (3,5 W/150 lm), jsou LED čtverce nyní k dostání i ve střední „Medium“, 15,5 x 15,5 cm (13 W/420 lm) a velké „Large“, 22 x 22 cm (28 W/900 lm) velikosti.

Svítidla QOD se používala jako bodová svítidla v regálech, kuchyních nebo šatních skříních. V nových velikostech jsou díky vysokému světelnému toku a širokému vyzařovacímu úhlu vhodná pro použití i jako stropní nebo nástěnná svítidla. Jejich stíhlý tvar a možnost připojení Plug & Play zjednodušuje instalaci na místech, kde by bylo příliš složité instalovat běžná svítidla, jako jsou například šikmé stropy.

Personálie

Canon jmenoval Rokuse van Iperena na místo prezidenta a CEO pro Evropu, Střední východ a Afriku (EMEA). Van Iperen se tak stává vůbec prvním Evropanem v historii, který povede region EMEA. Ve funkci vystřídá Ryoichiho Bambu, který působil ve funkci 4 roky a po 40 letech práce u společnosti Canon odchází do penze. Van Iperen nastupuje do nové funkce v rámci Canon Group ze své dosavadní pozice předsedy představenstva a CEO Océ, ve které působil od roku 1999. Společnost Océ byla do skupiny Canon začleněna v březnu 2010.