

Frazer Chesterman: Fespa bude velická

V novém Signu vám přineseme exkluzivní rozhovor s ředitelem veletrhu Fespa – Frazerem Chestermanem. Povídali jsme si o letošním ročníku největšího oborového veletrhu v Evropě, který se letos po Mnichově v roce 2005 přesune do Berlína. „Berlín leží v centru Evropy, a má tak výhodnou polohu nejen pro návštěvníky ze západní Evropy, ale co je důležité, i pro návštěvníky z rozvíjejících se trhů v Polsku, v Česku, na Slovensku a v Maďarsku,“ vysvětlil změnu Frazer Chesterman.

A co na letošní Fespě uvidíme? „Na výstavě se představí kolem 600 vystavovatelů z různých zemí. Hlavně ale Fespa přinese zatím nejzajímavější a největší doprovodný program, týkající se přidané hodnoty v sitotisku a digitálním tisku. Proběhne „Digitální debata“, takový panel expertů přes digitální tisk. Cílem bude prodiskutovat budoucí možnosti digitálního tisku, samozřejmě budou i odpovědi na otázky z pléna,“ popisuje ředitel veletrhu. *Celý rozhovor si můžete přečíst v časopisu Sign 2/2007, který vyjde 4. května.*



Přichází Asociace výrobců signmakingu

Ve středu 16. května 2007 proběhne zakládající schůze nově vznikající Asociace výrobců signmakingu (AVS). „Toto sdružení si klade za cíl být profesní organizací, která poskytne prostor všem subjektům, které se pohybují v oboru signmakingu,“ komentuje její vznik Jan Hrkal, spoluzakladatel firmy Hrkal & Greiner. Mezi hlavní cíle nové asociace, které byly zveřejněny na webových stránkách, patří rozvoj oboru, zavádění standardů či větší rozvoj komunikace mezi jednotlivými subjekty. Současně bylo nově vznikající uskupení osloveno asociací Popai CE s nabídkou, aby AVS vznikla jako součást sekce Popai CE. Zda se AVS rozhodne tuto nabídku přijmout, bude jasné po zakládající schůzi.

Novinka Embaxu: Pavilon marketingové komunikace

Oboru „Marketing a reklama“ bude na veletrhu EmbaxPrint věnován pavilon G2 – Pavilon marketingové komunikace, který nabídne své prostory tomuto veletrhu vůbec poprvé. Mezi vystavovatelé nebudou chybět společnosti Omniplast, Feron Thyssen Plastics, Profisign Plus, Megaflex, Aktivita Promotion, Ospan, Multiexpo a další.

Přímo v pavilonu vytvoří organizátoři také konferenční sál, v němž budou probíhat po celé čtyři dny veletrhu workshopy a přednášky. Jak řekla manažerka PR a reklamy veletrhu Martina Kremlová: „Cílem workshopů je ukázat návštěvníkům pohled odborníků na témata, o kterých v každodenní práci rozhodují komunikační agentury, produkční centra a zadavatelé reklamy. Návštěvník tak může získat přehled a inspiraci, jak podobné marketingové aktivity řeší jiné firmy nebo co doporučují odborníci dané oblasti.“ Jedním ze zajímavých témat workshopu bude signmaking a polepy firemních vozů. Na tomto workshopu budou prezentovány novinky v používaných materiálech, nejčastěji požadované typy polepů, případové studie firem, které využívají polepy vozů jako marketingový nástroj. Přímo součástí programu bude i praktická ukázka polepu vozu.

Neméně poutavá témata nabídnou další dny veletrhu, které se budou věnovat trendům v marketingové komunikaci, POS/POP materiálům, marketingovým výzkumům nebo internetové reklamě. V souvislosti se zařazením nového oboru přizvali organizátoři veletrhu ke spolupráci na doprovodném programu asociaci POPAI (Point of Purchase Advertising International), Českou marketingovou společnost, asociaci AČRA a vydavatelství Economia.



Objednejte si předplatné
časopisu SIGN

www.signmagazine.cz
předplatne@economia.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

LCD se bude zdražovat

Výrobci mají problémy s dodávkami LCD panelů. Potíže trápí jak desktopové panely (zejména 17" a 19"), tak i mobilní 14" a 15,4". Nicméně výrobci jako Philips, LG a Samsung otevírají své nové produkce, a proto se předpokládá dostatečné nasycení trhu.

U stolních LCD se očekává zvýšení ceny ve druhém a třetím čtvrtletí. Ty by ale měly zase klesnout zpět na konci roku.

ČAVR chystá studii

Česká asociace venkovní reklamy (ČAVR) hodlá do léta představit studii o vlivu venkovní reklamy na bezpečnost silničního provozu. Podle Lidových novin, které o aktivitě ČAVR informovaly, obdržela nabídku na vypracování studie výzkumná agentura GfK Praha, jež pro ČAVR realizuje systém měření efektivity Outdoor Media Projekt.

„Není ovšem vyloučené, že na realizátora studie proběhne výběrové řízení. Rádi bychom v připravované studii spojili data exaktního

(Pokračování na stránce 2)



Chcete znát své nejlepší ceny?
Zalogujte se na www.hsw.cz

Pokud neznáte svůj login, vyžádejte si ho na <http://www.hsw.cz/login.php>

H·S·W
Signall

Obal roku 2007

Obalový institut SYBA pořádá letos již 13. ročník národní soutěže Obal roku a zve všechny zájemce k přihlášení svých exponátů. I letos se tak firmám uvádějícím na trh obalové prostředky či balené zboží nabízí příležitost k úspěšné prezentaci svých výrobků a potenciálu služeb před širokým okruhem zákazníků, odborné veřejnosti a odborného tisku.

Do soutěže se mohou přihlásit všichni, kdo se podílejí na výrobě a používání obalů, jak společnost, tak i jednotlivci (dodavatelé obalových prostředků a materiálů, ať jsou již přímými výrobci nebo distributory; výrobci baleného zboží, kteří mají blízko k cílovému zákazníkovi a velmi často stojí za vznikem nových obalových konceptů; reklamní agentury a grafická studia, která obvykle řeší úkol, jak kreativně ztvárnit přání zákazníka, avšak s ohledem na co nejnížší cenu výrobku při stávajících technických možnostech zákazníka; firmy poskytující balicí služby – balení na zakázku, promoční kampaně, direct mailling, internetový obchod apod. – jejichž každodenní rutinou jsou nová konstrukční řešení přinášející zákazníkům výhody – úspory materiálu, energie a času, snadná manipulace a doprava při dosažení maximální bezpečnosti baleného zboží. Přihlašovatelé vítězných exponátů získají právo používat logo soutěže, trofej a certifikát pro účely propagace (například umístit na výrobek, firemní webové stránky, použít pro prezentace na veletrzích, v PR článkách apod.). Obal roku je nástrojem propagace a marketingového zúročení úsilí vloženého do inovací balení zboží. Na vývoji nových obalů se zpravidla podílí jak výrobce obalu, tak jeho uživatel a úspěch v soutěži dělá dobré jméno oběma stranám. Exponáty nemusí mít původ v ČR, jedním z cílů soutěže je také vyzdvihnout nové trendy balení a napomoci při orientaci v široké škále obalů a souvisejících technologií.

V letošním ročníku se přihlášky podávají pouze v elektronické podobě, tak jako doprovodné fotografie. Uzávěrka přihlášek do soutěže je 31. května 2007, hodnocení proběhne v červnu a slavnostní předání trofejí a certifikátů se uskuteční jako již tradičně na podzim letošního roku. Veškeré informace včetně přihlášky jsou k dispozici na internetových stránkách soutěže www.obalroku.cz.

Nový VersaCamm: všestrannost a produktivita

Začátkem dubna 2007 byly evropskému trhu představeny hned dva nové modely kombinovaných plotrů Roland z řady VersaCamm – VP-300 s pracovní šířkou 736 mm a VP-540 s pracovní šířkou 1346 mm, jejichž výrobce japonský Roland DG je na českém trhu zastoupen firmami Profisign plus a Bitcon. Nová řada kombinovaných plotrů Roland je koncipována pro moderní kancelářské prostory. Proto první jasně viditelnou změnou je nový design. Plotr je výrazně nižší, má nový řídicí panel a kompaktní vzhled. Tato nová série plotrů má i řadu technických změn: čtyři tiskové hlavy, rychlejší síťové připojení, nové vedení tiskového vozíku, nový posuvný válec, nové motory a možnost přidání dalších přítlačných koleček. *Technologie podrobně představíme v Signu 2/2007.*



Okenní fólie jako tiskové médium

Společnost Ceiba, dodavatel okenních a bezpečnostních fólií a materiálu pro signmaking, nabízí speciální typy okenních fólií, které je možné potisknout libovolnou grafikou. Jedinou technologií potisku speciálních okenních fólií nelze nahradit běžnými způsoby tisku ani běžně dostupnými materiály. Jako tiskové médium lze použít například zrcadlovou protisluneční fólii s výbornými solárními vlastnostmi nebo ochrannou transparentní fólii, která zároveň poslouží i k ochraně před poraněním při rozbití skla. Další novinkou v nabídce společnosti Ceiba je maskovací fólie pro sitotisk. Je to speciální transparentní fólie SoftFilm, která umožňuje snadné a rychlé opravy poškození lze tedy na sítu. Fólie vyniká unikátním lepidlem se sníženou počáteční přilnavostí a velmi dobře lze tedy na sítu přilepit, opravit nežádoucí přilepení a po použití opět sejmout beze zbytků ulpívajících na sítu.

Hotel & Spa Management

Nový odborný časopis pro profesionály
v hotelovém a lázeňském průmyslu



Objednejte si ZDARMA ukázkový výtisk na www.economia.cz/nazk

economia
OBSAH ROZHODUJE

(Pokračování ze stránky 1)

výzkumu, založeného na použití vhodné metodologie, spolu s dostupnými statistickými údaji,“ uvedla pro M&M výkonná ředitelka ČAVR Hana Vymětalová.

Pokud bude studie pro ČAVR finančně dostupná, měla by být podle Vymětalové financována všemi členskými firmami spravedlivým dílem. Zpracování obdobného posudku plánovalo před dvěma roky ministerstvo dopravy. Zůstalo však pouze u záměru.

Dohoda v outdooru

Mediální agentura Starcom MediaVest Group (SMVG) a společnost CZ-Visual Impact se dohodly na sdružení nákupu outdoorových aktivit. „Spolupráce v oblasti nákupu médií se týká všech významnějších dodavatelů v oblasti venkovní reklamy a obě společnosti si od tohoto kroku slibují posílení pozice na trhu a zvýšení efektivity nákupu pro své klienty,“ uvedl pro M&M Jan Fahoun, ředitel nákupu SMVG.

Starcom je na globální úrovni členem nákupního poolu Publicis Group. Mezi hlavní činnosti CZ-Visual Impact patří provozování audiovizuálního reklamního systému (outdoor a místa prodeje) a outdoor média zastoupení.

ČAVR o pravidlech efektivity

Další kolo pravidelných setkání v klubu Avion pod záštitou České asociace venkovní reklamy (ČAVR) proběhlo v úterý 10. dubna. Tématem pravidelných setkání pod názvem Hovory na zápraží tentokrát byla pravidla efektivní outdoorové kampaně.

Celým večerem provázeli Jan Kábrt ze společnosti JCDecaux za stranu vlastníků ploch a Daniela Thomsonová z Media Service jako zástupce mediálních agentur. Večera se bohužel nezúčastnil nikdo ze strany kreativních agentur. Právě na jejich stranu byla vznesena silná kritika.

Všichni přítomní se shodli na tom, že úroveň komunikace mezi mediálními, kreativními agenturami a vlastníky ploch se stále zhoršuje. Za viníka této situace byly označeny právě kreativní agentury.

Zrádná zrcadla

Agentura Young & Rubicam vytvořila spot propagující Pojišťovnu České spořitelny, konkrétně pojištění Flexi.

Spot „Zrcadlové bludiště“ s nadsázkou předvádí rizika, která hrozí v běžném životě. Spot vznikl pod režijním vedením londýnské dvojice JAM. Na TV kampaň navazuje i tisková komunikace, v níž byly využity zrcadlové fólie, které vytvářejí stejný efekt jako zrcadla petřínského bludiště.

Otázkou ale zůstává, nakolik je takové sdělení efektivní. Pro kolemdoucí, kteří si nedokážou zařadit print do kontextu TV reklamy, zůstává sdělení nic neříkajícím. Claim „Může se to stát i Vám“, je v této podobě spíše kontraproduktivní.

Klasické LCD končí

Podle deníku Korea News Wire připravuje společnost Samsung nástupce LCD monitorů s podsvícením z LED diod. Jako první model z této řady uvede firma 24" LCD displej. Podle zástupců společnosti Samsung bude obraz, jenž podá tato plochá novinka, svou kvalitou srovnatelný s těmi nejlepšími LCD panely a plazma televizory. LCD s LED podsvícením nabízí výrazně vyšší kontrast, než jaký podá klasické LCD, a zobrazí také více barev, uvedl Samsung. Zároveň se nechal slyšet, že se pozorovací úhel u tohoto modelu blíží 180 stupňům. Firma nicméně nesdělila, kdy se displej objeví na trhu. Podle pozorovatelů však můžeme nové 24" LCD od Samsungu očekávat v prodejnách zhruba za šest měsíců – tak dlouho této jihokorejské firmě trvá, než od vlastního oznámení dostane novinku na obchodní pulty. Na tuto zprávu reagovala společnost Sony představením nového FED displeje. Na prezentaci společnosti Sony se objevil prototyp nového 19,2" displeje s rozlišením 1280 × 960 pixelů, jsem 400 cd/m² a kontrastním poměrem 20 000 : 1. Ten by se měl, spolu s dalšími modely o úhlopříčkách až 30" a s plným HDTV rozlišením, na trhu objevit v průběhu roku 2009. Další výhodou oproti LCD panelům by měly být mnohem lepší pozorovací úhly a úplná absence vadných obrazových bodů, tzv. mrtvých pixelů. Pixel se má rozzářit, i když bude 20 % emitérů poškozených. O tom, kolik by měly nové obrazovky stát, se společnost Sony nezmínila, ale dá se očekávat, že po nějaké době budou levnější než LCD panely – celá technologie vyžaduje méně součástek.



Automat s paměťovými kartami v provozu

Společnost Kingston nasadila do zkušebního provozu již několikrát zmiňovaný automat s paměťovými moduly a pevnými disky. Testovací provoz probíhá v letištním terminálu Gatwick v Londýně. Pokud bude mít nasazení tohoto automatu úspěch u uživatelů, hodlá společnost Kingston nadále tento způsob prodeje postupně rozšiřovat po celém světě. V testovacím automatu si momentálně můžete vybrat z několika druhů pevných disků, USB klíčenek nebo paměťových karet typu SD a CF.

Celý průběh transakce je velice jednoduchý. Do automatu jednoduše vsunete svou kreditní kartu, zadáte pin. Poté pouze vytkáte číselný kód produktu, jež jste si vybrali, podobně jako je tomu u současných automatů na občerstvení, které jsou umístěny na nádražích a letištích. Dále už jen počkáte, než vám produkt automat vydá. Aby nedošlo k poškození komponent, je každý výrobek pečlivě zabalen do jakési plastové bubliny chránící jej před nárazy.



Novinky u Jansen Display

Společnost Jansen Display připravila několik novinek. Jednou z nich je bílá popisovatelná tabule. Produkt je dodáván v provedení složeného z plechu a vrstvy keramického laku, který zajišťuje dobrou smazatelnost fixů. Na přichycení informací lze použít magnety. Profil tvořící rámeček Whiteboardu je široký 6 mm, celková hloubka je 13 mm. Whiteboard je dostupný ve standardních rozměrech. V případě potřeby je ale možné vyrobit zakázkově i nestandardní formát. Druhým novým produktem je uzamykatelná vitrína, která umožňuje poskytování aktuálních informací bez rizika ztráty. Zadní stěna vitríny je vyrobena ze 0,7 mm silného plechu a je lakována popisovatelnou barvou. Na přichycení informačních letáček lze jednoduše použít magnety. Dvířka vitríny jsou po stranách lemována rámečkem a jsou vybavena 4 mm silným kaleným bezpečnostním sklem. Vitrína je navržena pro použití v exteriéru, její vodotěsnost je zajištěna těsněním.

stavbnictví
reklama
průmysl
DIY

Embax Print
22. - 25. května 2007

Jsme dodavatelem
plastických hmot
především pro reklamní,
stavbnictví a průmysl

FERONA THYSSSEN PLASTICS
www.feronathyssen.cz

BMW přistál na střeše

Nestandardní out-of-home realizaci „Neschovávejte se pod zem“ umístěnou na střeše výstupu z pražského metra ve stanici I. P. Pavlova zvolila k prezentaci modelu BMW Mini společnost BMW Česká republika.

„Cílem bylo najít pro prezentaci 160 kg vážící makety v měřítku 1 : 1 nestandardní místo, které bude kombinovat vysokou frekvenci automobilů i chodců. S umístěním se počítá na dobu dvou měsíců, pronájem plochy vyjde na 220 tisíc korun měsíčně,“ uvedl pro M&M Jan Klápa, jednatel společnosti Lastminutemedia, jež realizaci ve spolupráci s JCDeaux a reklamní agenturou Klan zajistila.

Kalla má banner

Společnost Kalla Repromedia připravila k výstavě Reklama, Polygraf novinku v oblasti solventních bannerů. Nabídka byla rozšířena o produkční banner s matným povrchem a gramáží 500 gr/m². Potisknutelný je ekosolventními a solventními inkousty, vykazuje vysokou brilanci a ostrost kresby. Snadno se lepí, svařuje a je pevný v tahu.

FTP: Stěhování z Hořovic

Společnost Feron Thyssen Plastic oznámila, že sklad v Hořovicích bude ve dnech 26. 4. – 2. 5. uzavřen z důvodu stěhování do prostor nově postaveného moderního skladu v Králově Dvoře. Po dobu uzavření pobočky bude vaše objednávky vyřizovat sklad Olomouc.

signmaking, sítotisk, deskové
a digitální materiály, velkoformátové
tiskárny, laminátory, řezací ploty

www.multiexpo.eu

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 Economie, 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 Economie, 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.