

EmbaxPrint: 26 zemí světa

Mezinárodní pozice veletrhu EmbaxPrint je dlouhodobě silná, což potvrzuje tradiční účast více než třetiny zahraničních vystavovatelů. Letošní ročník, který se na brněnském výstavišti uskuteční ve dnech 22. až 25. května, má ambice zahraniční účast ještě více posílit. Přihlášeny jsou firmy z 26 zemí tří kontinentů. Nejvíce zahraničních vystavovatelů, stejně jako v minulých letech, je ze Slovenska, Polska, Německa a Itálie. Na brněnské výstaviště se opět vracejí vystavující firmy a státy minulého ročníku, nově se představí společnosti z Ruska, Filipín a Senegalu. Pro statistiku veletrhu EmbaxPrint 2007 to bude znamenat rekord v počtu zemí zastoupených na veletrhu. Ukazuje se, že v Brně se chtějí představit všechny firmy, jejichž cílem je prosadit se v silném ekonomickém evropském prostředí. Vyšší bude také ukazatel obsazené výstavní plochy veletrhu, která činila při posledním ročníku 16 258 m². Značný zájem firem je o expozice s větší výstavní plochou, což potvrzuje jak dynamický rozvoj daného oboru, tak pozici dominantního veletrhu ve střední Evropě. EmbaxPrint bude rozmístěn do čtyř nejmodernějších pavilonů brněnského výstaviště. Novinkou pro návštěvníky bude nový bezbariérový vstup do areálu z ulice Hlinky, který má pro veletrh EmbaxPrint velký význam, protože je v bezprostřední blízkosti pavilonu G2, ve kterém se bude prezentovat nový obor veletrhu „marketing a reklama“. Pavilon G2 nese název „Pavilon marketingové komunikace“ a stane se místem expozic firem z oblasti velkoplošného tisku, signmakingu, výroby POP/POS materiálů a jiných reklamních produktů a služeb. Konkrétně se představí společnosti HSW Signall, Omniplast, Feron Thysen Plastics, Profisign Plus, Megaflex, Activity Promotion, Electron, Geodis Brno, SCA Packaging, Comac, Univox a další.



Xerox jako ledoborec

Expozice ve tvaru ledoborce a široká nabídka tiskových systémů pro profesionály v čele s největším a nejrychlejším produkčním tiskovým systémem Xerox iGen3 bude hlavním lákadlem expozice společnosti Xerox Czech Republic na mezinárodním veletrhu EmbaxPrint, který proběhne ve dnech 22. až 25. května na brněnském výstavišti. Pod heslem „Prolomte ledu v produkčním digitálním tisku“ předvede Xerox svým zákazníkům výhody digitálního zpracování tiskových dat v podobě praktických aplikací. Xerox se tak plně ztotožňuje s hlavní myšlenkou letošního ročníku veletrhu EmbaxPrint: Digitalizace a personalizace v tiskovém průmyslu.



Významnou součástí přítomnosti společnosti Xerox na brněnském výstavišti budou odborné konference. Svým stávajícím zákazníkům Xerox představí novinky v oblasti digitálního produkčního tisku již první den EmbaxPrintu. Zákaznická konference se uskuteční od 9.30 v sále D konferenčního centra. Projekt Vydavatelé představí zájemcům z oboru digitální tisk knižních publikací od přijetí tiskových dat až po vazbu řízený prostřednictvím Free Flow Web Services 5. Akce proběhne na stáncích společností Xerox a Grafie 24. května.



Objednejte si předplatné
časopisu **SIGN**

www.signmagazine.cz
předplatne@economia.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

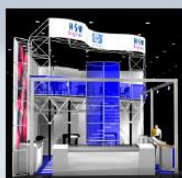
Asociace výrobců zasedá

Jak jsme již informovali v předchozích číslech, na českém signmakingovém trhu vzniká další oborová asociace pod názvem Asociace výrobců signmakingu (AVS). Ve středu 16. května proběhne první valná hromada AVS. Místem konání bude malý sál kongresového centra ČVUT.

Srp skončil kvůli reklamě

Kvůli údajně nevhodné smlouvě na rekonstrukci Husova pomníku na Staroměstském náměstí odvolal pražský radní pro kulturu Milan Richter ředitele Galerie hlavního města (GHMP) Prahy Karla Srpa. Galerie před časem uzavřela s firmou Qeep kontrakt, který zajišťuje financování oprav série pražských soch a sousoší z reklamy, jež bude po dobu rekonstrukce na objektech viset.

Odvolání Srpa přišlo krátce po zakrytí Husova pomníku reklamní plachtou s motivem sochy a vozu Škoda Fabia, která má za tři roky přinést na rekonstrukci 12 milionů korun. Podle Richtera jde o velice nízkou částku a město zároveň nemá možnost do smlouvy zasahovat.



Navštivte nás na veletrhu EmbaxPrint

Durst Rho Pictor – přímý potisk desek, tisk lakem, přímou nebo bílou barvou

Solventní tiskárny HP Designjet 8000s a 10000s – vynikající kvalita tisku při vyšším výkonu

Summa D 160 – digitální ořez samolepek

HSW
Signall

embax
PRINT 2007

Brno – výstaviště
22.–25. 5. 2007
Pavilon F, stánek číslo 34

Dva grafici od Canonu

Společnost Canon Europe představila dva přírůstky do své rodiny velkoplošných tiskáren. ImagePrograf iPF6100 s maximální šířkou potiskovaného média 24" je určen zejména pro grafická studia a kreativní tisk, menší iPF5100 je pak určena pro potisk médií formátu A2. Canon uvedením tiskárny iPF6100 doplňuje svou nabídku velkoplošných tiskáren s rozsahem maximální šíře tisku od 17" do 60", určených na trh kreativního tisku a CAD aplikací. Canon imagePrograf iPF6100 a iPF5100 jsou vybaveny moderními technologiemi a nabízejí vysokou rychlost tisku s velkou kvalitou výstupů. Systém 12 zásobníků inkoustu Lucia, včetně červeného, zeleného, modrého a dvou odstínů šedé, nabízí širší barevný gamut, jasné barvy a jejich plynulou gradaci. ImagePrograf využívá čtyři nové inkousty, které mají větší trvanlivost a jsou odolné vůči poškrábání. Černý, matný černý, šedý a fotografický šedý inkoust potlačují zrnitost a artefakty způsobené odrazem rozptýleného světla. Stroje jsou vybavené i novým nástrojem pro kalibraci barev, který upravuje barevné rozdíly způsobené opotřebením tiskárny, rozdíly mezi jednotlivými tiskovými hlavami a zajišťuje tak konzistentní barevné podání. Díky přesnému multisenzoru proběhne kalibrace barev do 10 minut s průměrnou odchylkou delta E 2,0 a méně.



Makroflex: letos na více než 250 billboardech

Pro letošní billboardovou kampaň značky Makroflex zvolila společnost Henkel ČR nový slogan: „Testováno v extrému“. Cílem jarní kampaně divize Lepidel je zvýšit povědomí o značce Makroflex a zároveň upozornit na vysokou kvalitu produktů, které obstojí i v náročných podmínkách. Nové vizuály podporující těsnicí a izolační materiály Makroflex se na dva měsíce (duben a květen) usídily na billboardových plochách po celé republice, zejména pak na významných silničních tazích a ve městech. V rámci jarní billboardové kampaně Makroflex letos Henkel ČR investoval do více než 250 billboardových ploch po celé ČR. Cílovou skupinou této komunikace jsou nejen profesionální, jako např. montážní a stavební firmy, montážníci dveří a oken, truhláři a další řemeslníci, ale i domácí kutilové.

Mobilboard pro Prahu

Počátkem tohoto roku se společnost Mobilboard zúčastnila tendru na realizaci polepů a grafického ztvárnění kyvadlových autobusů k administrativnímu areálu BB Centrum v Praze 4. Autobusy měly svým grafickým ztvárněním vyjadřovat funkci kyvadlové dopravy a zároveň korespondovat s designem administrativního areálu. Vítězný motiv barevných bublin znázorňuje dynamiku pohybu, vzdušnost a eleganci budov v pozadí, barevně ladí s firemními barvami BB Centra. V provozu jsou dvě varianty „bublínkových autobusů“ s modrým a oranžovým podkladem.



BlueTo v praxi

BlueTo je moderní marketingový nástroj pro přímé oslovení potenciální skupiny zákazníků, který se začíná pozvolna objevovat i v reklamních kampaních na českém trhu. Služba využívá technologii bluetooth k zaslání informací na různá zařízení, která tuto technologii podporují. Mezi nejčastější přístroje, které lze pro BlueTo využít, jsou mobilní telefony. Služba umožňuje zasílat na mobilní zařízení nejen text, ale i formáty souborů, které se mohou využívat nebo posílat dále jako tapety, zvonění, písničky nebo dokonce java hry a aplikace.

Princip fungování BlueTo je velmi jednoduchý, stačí si v daném prostoru, který je pro službu vymezen, aktivovat na svém přístroji bluetooth a od tohoto okamžiku je možné přijímat zasílané informace. Ideálním místem je například veletrh, kde návštěvníci získají informace o zajímavostech, akcích či doprovodném programu veletrhu. Pokud chcete službu BlueTo vyzkoušet na vlastním telefonu, nenechte si ujít návštěvu EmbaxPrintu, kde bude prezentována.

Vozový park Kros s airbrushem

Společnost Kros, slovenský výrobce balíkového softwaru, předvedl nový design svých vozidel. Zajímavé na realizaci je nahrazení běžných polepových fólií airbrushem. Vozidla jsou vyhotovena ve žlutomodré metalíze, kterou protíná dynamická bílá vlna. Po obou stranách jsou umístěné grafické prvky. Barevně vyvedené jsou i poklice vozidel. Grafický návrh vytvořila společnost Dexter communication, výrobní stránku zajistila společnost Creative airbrush.

Bono art zve na seminář

Společnost Bono art připravila na středu 17. května den otevřených dveří. Jeho součástí bude i seminář na téma Prezentační systémy a jejich využití ve firemní praxi. Seminář bude probíhat v dopoledních i odpoledních hodinách. Zájemci se musí telefonicky objednat.

První kampaň Burnettů pro Impuls

Tento týden startuje první kampaň Rádía Impuls, jež vzešla ze spolupráce s reklamní agenturou Leo Burnett. Vizual se objeví na 600 billboardech, 50 bigboardech, na velkoformátových samolepkách na tramvajích v Praze, v rámečcích u eskalátorů v metru a jako inzerát v denním tisku a v lifestyleových časopisech.

Poštovní spořitelna na ShowLight

Spolu s printovou a internetovou složkou se aktuální kampaň „Space“ Poštovní spořitelny objevila od poloviny dubna také na novém outdoorovém nosiči ShowLight provozovaném společností Ju-Turn Media (Sign 2/2007). Síť nosičů s dynamickými světelnými efekty v současnosti čítá stovku ploch (nejvíce 32 v Praze, 13 v Brně a 8 v Plzni). „Od poloviny roku plánujeme rozšiřování sítě na zhruba dvojnásobek stávajícího rozsahu,“ uvedl managing director Ju-Turn Media Petr Thomson.

Zó klips svítí

Od léta by měly in-store reklamní nosiče Zó klips (Sign 4/2006), provozované společností Neubert Marketing & Company, fungovat ve svítící variantě. Díky technologii na bázi chemické luminiscence, která byla vyvíjena cca dva roky, vznikl model Zó klips Luna2007. Formát 210 x 12 mm je schopen po 20minutovém nabití svítit 10 hodin. Poprvé by měl být v červnu uveden v síti Makro.

NOVINKA | MUTOH ValueJet 1604 s technologií i²



Reklama
POLYGRAF

GEODIS BRNO
Expozice č. 119 LK
www.geodis.cz



GEODIS
GEODIS BRNO, spol. s r.o.

Autorizovaný distributor a servisní partner
MUTOH pro ČR a SR.

Pro ženy konec nudy v čekárně

Po celé České republice nainstaluje společnost HiLCD v 600 gynekologických soukromých ordinacích, respektive čekárnách, 600 ks velkoplošných LCD obrazovek (úhlopříčka až 102 cm). Jejich propojení bude on-line, tzn. že veškeré ovládání těchto obrazovek je zabezpečováno přes techniky a jiná manipulace je zcela vyloučena. Programová skladba bude uzpůsobena tak, aby ženy skutečně zaujala. Podle výzkumu společnosti GfK tráví ženy v gynekologické čekárně v průměru minimálně půl hodiny, ale mnohdy více. Zajímavé pořady, například týkající se zdravotní prevence, budou střídány reklamními bloky či PR. Měsíčně se tímto způsobem osloví přibližně 420 tisíc žen, což je v době, kdy je čím dál tím složitější zaujmout svého spotřebitele a přitáhnout jeho pozornost, velice zajímavé číslo. Žena sedící v této čekárně je velmi senzitivní, koncentrovaná a přitom nedělá ve více než 80 % případů nic (výzkum GfK), zbylých pár procent si prohlíží letáčky, případně si čte časopisy. Velmi důležitým pro klienty bude rovněž zpětný monitoring skutečně zrealizovaného vysílání. Tím, že je 100 % času on-line spojení, dostane klient po své kampani vyhodnocení – takže bude vědět, zda byl někde výpadek, či naopak se realizovalo vysílání více.

Hravý Ateliér spektrum

Společnost Ateliér spektrum realizoval pro telekomunikační společnost O₂ již mnoho kampaní. Posledním počinem v oblasti outdooru jsou provedené 3D billboardové nástavby a bigboardové instalace. Kromě nástaveb na billboardech je možné spatřit i zcela obrandovaný board, kde kromě běžně používaných inzertních ploch funguje jako nosič i nosník. Dalším využitým formátem jsou i citylight vitríny. Domino kostky v nejrůznější podobě je možné od začátku května vidět v Praze nebo v Brně.



Na Embax se Signem

Časopisy Sign a Marketing & Media ze stáje vydavatelství Economia se staly odbornými garanty hned dvou dnů doprovodného programu veletrhu EmbaxPrint. Hned první den výstavy, tedy 22. května, jsou na programu dvě akce – dopoledne workshop s názvem Trendy v polepech aut, odpoledne pak dvouhodinový blok přednášek na téma Velkoplošný digitální tisk. Workshopu se zúčastní Klára Kynosová a Aleš Palásek z firmy Matrix Media (navíc s sebou přivezou automobil, který se bude přímo na místě polepovat), Tomáš Vejvodce ze společnosti Bemis (výrobce materiálů MacTac), Tomáš Jára ze Student Agency, který promluví o reklamních polepech žlutých autobusů, a Radmila Pospíšilová z Mobilboardu, což je společnost, která se zabývá využíváním autobusů jako reklamních nosičů.

O velkoplošném tisku pak odpoledne promluví Michael Dobiáš a Jan Polesný z Atelier Spektrum (jejich prezentace volně naváže na dopolední blok a bude o dopravních prostředcích jako reklamním médiu), Jiří Paleta, category manažer pro LFP tiskárny společnosti HP a Vavřín Havlíček z firmy Electron. Obě akce moderuje redaktor časopisu Sign Václav Loubek.

Druhý den, tedy 23. května, pro vás Sign a M&M připravily celodenní blok Trendy v marketingové komunikaci. I zde se objeví známá jména, například Lukáš Morávek z Google, Štěpán Wolde z ARBOMedia nebo Jaroslav Světlík, děkan Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně. Celým dnem bude jako moderátor provázet šéfredaktor Signu a M&M Daniel Köppl.

Indoor bude interaktivní

Nové indoorové reklamní plochy na bázi lentikulární, 3D a bluetooth technologie plánuje do své nabídky nasadit firma Czech Indoor Media (CIM). „Začínali jsme se sítí Free Cards s lentikulárními a 3D pohlednicemi. Tyto technologie nabízíme také na CLV vitrínách. Dále propojujeme bluetooth technologie s CLV vitrínami v sítích kin, fitness a klubů. Počátkem podzimu je chceme nabídnout klientům,“ uvedl sales director CIM Milan Svoboda.

FTP

stavebnictví
reklama
průmysl
DIY

Embax Print
22. - 25. května 2007

Jsmo dodavatelem plastických hmot

**především pro reklamu,
stavebnictví a průmysl**

ČESKÁ KOUPI
ISO
9001:14001
18001

FERONA THYSSEN PLASTICS
www.feronathyssen.cz

Fanta s největší mobilní kampaní

První májový den odstartovala jedna z největších mobilních kampaní v Česku, která je součástí marketingového mixu podpory nápoje Fanta společnosti Coca-Cola. V rámci kampaně byla vytvořena reklamní hra pro mobilní telefony, mobilní sekce na webových stránkách, wapové stránky, tapety a animace, vše s tematikou záplavy pomerančů.

Hru si kolemjdoucí mohou zdarma stáhnout z 56 bluecastingových zařízení umístěných v CLV a telefonních budkách, a to po celý měsíc květen. Ostatní mobilní kontent bude k dispozici minimálně do příštího jara. Na kampani se podílely agentura Phomedia a mediální agentura Starcom MediaVest Group, které v březnu uzavřely strategické partnerství pro tvorbu projektů mobilního marketingu.

Nové outbannery v Praze

Okolo tisícovky reklamních ploch (tj. dva tisíce bannerů) formátu outbanner na sloupech trakčního vedení hodlá do konce roku v Praze provozovat společnost XL Production (XLP). S výstavbou započala loni v listopadu a v současnosti nabízí cca 600 ploch.

„Jedná se o lokalitu Eden, ulice Vršovickova, V Olšínách, Kolbenova a další. Do budoucna plánujeme ve spolupráci s firmou Technické sítě Brno také expanzi do jihomoravské metropole,“ uvedl pro časopis Marketing & Media jednatel XLP Tomáš Smetana. Zadavatelům je k prezentaci vyhrazeno vždy minimálně deset sloupů za sebou.

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

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 Jonácková, 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 jakákoli 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 vyhrazuje veškerá práva. Publikování nebo šíření obsahu ze zdrojů ČTK je výslovně zakázáno bez předchozího písemného souhlasu ze strany ČTK.