

LED odpočítal Palladium

Historická budova bývalých kasáren v Praze na náměstí Republiky, kde sloužila nejedna známá osobnost českého národa (například Josef Kajetán Tyl, který zde složil českou hymnu), prošla rozsáhlou rekonstrukcí a získala zcela novou tvář. Minulý čtvrtek ve 22 hodin se na tomto místě otevřely brány nákupního a kancelářského centra, které dostalo název Palladium.

Zbývající vteřiny do slavnostního otevření centra odpočítával několik dní jednobarevný autoLED displej, umístěný na čelní fasádě budovy. Na displeji o velikosti 12 m² (6 x 2 m) se zobrazovaly číslice o výšce 55 cm. Čas měřený v sekundách byl synchronizovaný dlouhými vlnami a dálkově řízený z Frankfurtu nad Mohanem. Dodávku a instalaci LED displeje na budovu Palladia zajistila společnost Nowatron Elektronik.



Elypse ve standardní nabídce

Zatímco dříve byla řada modulárních stojanů Elypse dostupná pouze jako nestandardní produkt vyráběný pouze na zakázku, nyní společnost Jansen Display nabízí řadu standardních stojanů v mnoha variacích. Tímto krokem společnost dosáhla toho, že je schopna jednak ihned kalkulovat cenu a zároveň výrazně zkrátit i dodací lhůtu.

To vše při zachování variabilnosti systému. Modulární systém je vytvořen z kvalitního a odolného hliníkového rámu, v němž jsou na ocelových lankách uchyceny rozmanité doplňky, které lze jednoduše obměňovat podle aktuálních požadavků. Jansen Display se u systému Elypse zaměřil zejména na jeho dlouhou životnost.

Další TurboJet v Astronu

Po devíti měsících provozu TurboJetu ve společnosti Astron Print přichází společnost s instalací druhého tiskového stroje TurboJet. Co tedy znamená druhá instalace totožného zařízení?

TurboJet je v současnosti nejvýkonnější a nejrychlejší tiskový digitální velkoformátový stroj na trhu. Splňuje všechny kvalitativní i rychlostní parametry, které na velkoformátový tisk kladou současná poptávka trhu.

Instalací druhého stroje nejde pouze o zvýšení tiskové kapacity společnosti Astron Print. Jde také o zálohu zařízení prvního.

Velkoformátový tisk je v současné době nejrychleji se rozvíjející polygrafický segment a tento rozvoj je dán zvyšujícími se objemy zakázek za současného zkracování termínů. Nemluvě o tom, že řada klientů již přistoupila na digitální pravidla hry. Personalizují svoje tisky, mění motivy, snaží se být aktuální. I velkoplošná reklama začíná být přesně cílená nejen místně, ale i časově.



**Objednejte si předplatné
časopisu SIGN**

www.signmagazine.cz
předplatne@economia.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Behaviorálně až na jaře

Představení avizovaných on-line reklamních systémů s behaviorálními prvky v režii společnosti Internet Billboard (IB) je nově naplánováno na konec prvního čtvrtletí 2008. „V mezičase budeme postupně uvádět dílčí moduly, které v různých kombinacích budou vytvářet koncové produkty pro určité skupiny zákazníků jako třeba ‚Reklamní systém pro agentury‘ nebo ‚Reklamní systém pro malé servery‘ atd.“ uvedl pro M&M managing director IB Karel Pavlíček. Do konce letošního roku hodlá firma spustit kreativní server pro vytváření a evidenci audiovizuálních internetových reklam všech typů a forem.

Rosana komunikuje vodu

Distributor velkoobjemové pramenité vody, společnost Rosana, podporuje svůj prodej na dvou frontách, vybrala si pro své podlinkové aktivity agenturu Euro RSCG 4D. Jednak neadresným drop mailem oslovuje domácnosti, jednak direct mailem cílí na firemní zákazníky. Firmy byly osloveny dvoufázově: V první fázi byly představeny přednosti aquabarů s vodou v rámci přípravy studených nápojů, ve druhém kole byly komunikovány aquabary kávovary pro přípravu teplých nápojů. Direct mail byl zpracován ve formě brožury ve stylu oslav, koktailů a party.



Potřebujete laminovat bannery nebo canvas?

Vyzkoušejte si naše nové tekuté laminace pro ruční i strojové nanášení.

K dispozici v 0,95l, 3,8l a 18,9l balení a ve spreji.

Další informace na www.hsw.cz/katalog.php?vetev=DO

CLEARSTAR

H·S·W
Signal

Den otevřených dveří v Bitconu

Bitcon dne 7. listopadu v nových prostorách firmy na adrese Suchý Vršek 2122/33 v Praze 5 pořádá den otevřených dveří. Tentokrát se zaměří na tiskové technologie a předvede přehled tiskových strojů značky Roland DG a HP.

Jako úplnou novinku představí nový tiskový stroj od Roland DG – tiskárnu XJ-640. Poprvé představil tento stroj jako českou premiéru na Dni signmakingu v Brně, poté bude možno se s ním seznámit v showroomu firmy. Model XJ-640 je nástupcem Soljetu SJ-645, nicméně došlo zde k podstatnému vylepšení technologie. Mezi jinými obsahuje novou funkci Intelligent Pass Control, která zajišťuje vysokou kvalitu tisku bez vodorovného pruhování i při tisku plnobarevných ploch. Vedle prezentace tiskových technologií seznámí Bitcon návštěvníky s portfoliem spotřebního materiálu. Každý účastník dostane CD pro polep aut.

Školení polepu automobilů

Společnost HSW Signall proškolila další aplikátory reklamní grafiky na automobily. Už druhé podzimní školení se konalo v polovině října na tradičním místě v loděnici v Praze - Troji.

Doposavad tak prošlo školením polepu aut u HSW Signall celkem 135 účastníků, kteří díky dovednostem získaným od profesionálního aplikátora a designéra Robina Boese mohou pomoci rozvinout tento segment signmakingového trhu.



Workshop v HSW Signall

Společnost HSW Signall připravila na 10. října 2007 pro své zákazníky workshop o tekutých laminacích. Prezentace se konala při příležitosti uvedení na trh tekutých laminací americké společnosti ClearStar, na kterém se výrobci reklamy mohli přesvědčit o vlastnostech jednotlivých produktů a vidět jejich praktickou aplikaci.

Nabídka tvoří celkem šest produktů, které jsou vybrány tak, aby dokázaly uspokojit potřeby velkoplošných tiskařů pracujících se všemi druhy inkoustů. Výrobce myslí nejen na velké firmy, pro které dodává své produkty v baleních s objemem 18,9 litru, ale i na střední a malé firmy, které si mohou vybrat z laminací v plechovkách s objemem 1 a 3,8 litru. Pro snadnou a rychlou ochranu výtisků lze použít i solventní laminaci ClearJet Type A2000 v praktickém sprejovém balení.

Zástupce společnosti ClearStar Brett Trambow předvedl i aplikaci jednotlivých laminací, ze kterých se velkému zájmu těšila i dvousložková laminace Clear Shield Anti Graffiti s povrchem upraveným proti sprejům a s maximální odolností vůči ředidlům používaným při čištění graffiti.

Kalla Repromedia představí laminátory

Společnost Kalla Repromedia představí ucelenou řadu laminátorů pro studenou laminaci od firmy Olepo a pro tepelnou laminaci od firmy GMP.

V nabídce studených laminátorů představí novinku pro letošní rok – laminátor Olepo Avantgarde 1600 s vyhřívaným horním válcem. Vedle novinky předvede laminátor Olepo X14 a Olepo X8.

Nabídka tepelných laminátorů představuje model GMP Excelam Plus, který bude osazen tepelnou laminací Micronex 8 mic. Výhodou tohoto materiálu je možnost laminovat bez nutnosti následného ořezu. Laminátor laminuje přesně na velikost laminované předlohy. Kromě výrazného snížení provozních nákladů je předností vysoká produktivita a minimální nároky na obsluhu. Akce se uskuteční dne 13. listopadu 2007 v Přerově, ve firmě Olepo, ulice Kojetínská a dne 15. listopadu 2007 v Praze v Hotelu Expo, U výstaviště v Holešovicích.



Čtete časopis SIGN!

Ukázkový výtisk zdarma si můžete objednat na internetové adrese

<http://ib.ihned.cz/predpl/a/nazk.php?tit=SI>



Předplatitelé časopisu

SIGN

mají přístup do on-line archivu zdarma.

Stačí se přihlásit na

<http://predplatitel.ihned.cz>

McDonald's s ekokampaní

V návaznosti na film o včelkách Bee Movie z dílny Dream Works odstartoval McDonald's svou globální promotion HappyMeal pod dvouznačným claimem „Bee Good to the Planet“. Minulý pátek odstartovala kampaň v USA, do konce roku se očekává její globální rozšíření. Součástí kampaně bude i TV spot. Společnost chce vyzývat děti, aby prozkoumávaly a chránily přírodu. V rámci on-line komunity mohou děti skládat takzvané „eko-přísahy“, v kterých se zavazují k činům přátelským k životnímu prostředí. Organizace ochrany životního prostředí Conservation International, se kterou McDonald's od roku 1990 spolupracuje, dává k dobru několik tipů správného chování. Kromě toho McDonald's sponzoruje produkty, které přispívají k zachování včelstev v jižní Africe a Mexiku.

Fastfood McDonald's již s Dream Works spolupracoval nedávno s filmem Shrek III.

Multireklam ovládla epamedia

Akvizici společnosti Multireklam, která provozuje 2300 citylightů a 7500 billboardů, rozšířil holding epamedia svou nabídku na maďarském trhu na cca 10 tisíc CLV a 14 100 billboardů. Pod kontrolou epamedia nyní na maďarském trhu operují společnosti Outdoor, akzent media, Magnum Megaboard, Intermedia a Multireklam.

Zoo vyhlašuje soutěž na logo

Roztržka mezi vedením pražské zoo a autorem jejího dosavadního vizuálního stylu Michalem Cihlářem vyústilo ve vyhlášení veřejné soutěže na nový vizuální styl. Předmětem soutěže je vytvoření návrhu loga a základních prvků corporate identity. Linoryty Michala Cihláře se tak již brzy stanou minulostí a nahradí je nový styl, za který se zoo chystá utratit 480 tisíc Kč. Návrhy mohou zájemci podávat do 19. listopadu.

Zlatá koruna zná vítěze

Ve čtvrtek 18. října byly vyhlášeny výsledky soutěže o nejlepší komunikaci v místě prodeje – POP awards Zlatá koruna. V letošním ročníku bylo vyhlášeno celkem 22 kategorií. Absolutním vítězem se stal prezentační stojan Ideal Standard z dílny Čermák Design. Vítěz každé kategorie získává možnost zúčastnit se celoevropského finále soutěže Popai European Awards konané 1. až 3. dubna 2008 v Paříži.

Océ Arizona 250 GT obdržela další ocenění

V průběhu mezinárodního veletrhu Viscom 2007 konaného v Düsseldorfu ve dnech 20. až 22. září, obdržela Océ Arizona 250 GT další ocenění z rukou odborné poroty z řad novinářů a členů odborných oborových sdružení výroby reklamy a sign-makingu.

Porota na stroji jednoznačně hodnotila zcela nový přístup ke konstrukci celého zařízení, kvalitu tisku pomocí proměnné velikosti tiskové kapky, přídatný modul tisku na rollové materiály a celkový přínos této flatbed tiskárny pro tiskový průmysl. Toto je již druhé ocenění pro Océ Arizona 250 GT po DPI Vision Award 2006 – toto ocenění se uděluje novému produktu, který má největší šance pozitivně ovlivnit odvětví tiskového průmyslu.



Parlament začal projednávat „marketingové“ novely

Minulý týden začala Poslanecká sněmovna Parlamentu ČR projednávat v prvním čtení vládní návrh zákona, který novelizuje zákony o ochraně spotřebitele, o regulaci reklamy, o provozování rozhlasového a televizního vysílání a obchodní zákoník. Projednávaná novela vychází ze Směrnice 2005/29 ES o nekalých obchodních praktikách. Z nově zavedených definic lze za nejpodstatnější považovat definici tzv. běžného spotřebitele, za kterého je v souladu s rozhodovací praxí Evropského soudního dvora považován spotřebitel, který je v rozumné míře pozorný a opatrný a má dostatek informací. Je možné tedy hovořit o tom, že na spotřebitele budou kladeny vyšší nároky, co se týče např. vyhledávání příslušných informací, posuzování reklamních nadsázek atd. „Nepochybně jde o pozitivní posun ve vnímání úspěšlosti spotřebitelů, kde jako měřítko nebude brán tzv. povrchně vnímající spotřebitel,“ komentuje novelu advokát Petr Kůta.

Druhým podstatným pojmem jsou tzv. obchodní praktiky, které v sobě zahrnují všechna jednání či opomenutí související s podnikatelskou činností vůči spotřebiteli, tj. jde nejen o samotný prodej, dodání, ale výslovně je pod tento pojem zahrnuta i reklama. „Vždy půjde o vztah mezi podnikatelem a spotřebitelem, tj. B2C. Vztahy B2B mají svoji vlastní regulaci v obchodním zákoníku,“ dodává Kůta. Za nekalé obchodní praktiky se budou považovat zaprvé tzv. klamavé obchodní praktiky a zadruhé tzv. agresivní obchodní praktiky, kdy výčet těch nejzávažnějších bude uveden v tzv. „černé listině“ jakožto příloze zákona o ochraně spotřebitele. „Nově bude tzv. „klamání“ ze zákona o regulaci reklamy zcela vypuštěno a v obchodním zákoníku se omezí pouze na vztahy B2B. Úpravu tzv. „zvláštní nabídky“ má také nahradit zákaz „vábívé reklamy“ v zákoně o ochraně spotřebitele,“ uzavírá Petr Kůta.

Zakončen 8. ročník ČIRMK

Závěrečnými zkouškami byl zakončen osmý ročník cyklů studia v Českém institutu reklamní a marketingové komunikace. Frekventanti absolvovali 56 přednášek, seminářů a tréninků praktických dovedností. V průběhu dvou semestrů se na Vysoké škole mezinárodních a veřejných vztahů posluchači setkali s padesátkou předních odborníků z praxe. Zápis do dalšího ročníku bude zahájen koncem ledna 2008. Nejblíže cykly pak začnou v dubnu, další v září. Absolventi komplexních kurzů ČIRMK mohou od letošního roku v kurzu pokračovat formou bakalářského studia na Vysoké škole mezinárodních a veřejných vztahů Praha.

Finlandia počítá

Technologii tzv. opinionatoru, v různých podobách známou ze zahraničí, použila značka Finlandia v aktuální kampani na síti městského mobiliáře v Praze. V osmi lokalitách, kde společnost JCDecaux vyčleňuje citylight vitríny pro inovativní kampaně, je pasantům umožněno vyjádřit své preference pomocí hlasovacích tlačítek. LED počítadlo zaznamenává stav veřejného mínění, lidé mají navíc možnost stáhnout si pomocí bluetooth příslušný motiv jako tapetu do mobilu. Kampaně Finlandia je současně vedena také prostřednictvím klasických plakátů v CLV.

JVS rozšíří obrazovky

O pokrytí frekventovaných lokalit v krajších městech nad 80 tisíc obyvatel reklamními obrazovkami na bázi technologií Square Pixel a Shine View jedná společnost JVS Media (JVS). M&M to potvrdil zástupce JVS Daniel Knop s tím, že dvojice nosičů v Praze (I. P. Pavlova, Jindřišská) a jeden v Ostravě (Masarykovo nám.) má zahájit provoz v únoru 2008. V současnosti firma provozuje velkoplošnou obrazovku na pražském Václavském náměstí (obchodní dům Debenhams). Zařízení odvysílá měsíčně 14 400 spotů, frekvence jednoho spotu je 120 vteřin a měsíční cena 120 tisíc korun.

Palladium obsazují digimedia

V prostorách multifunkčního komplexu Palladium, který byl v uplynulém týdnu otevřen na pražském náměstí Republiky, osloví návštěvníky 117 obrazovek s informačně-reklamním obsahem. Provozující společnost Filip media (FM) slibuje zadavatelům oslovení cca 1,5 mil. lidí prostřednictvím zařízení o rozměrech 19, 22, 42 a 60 palců. Svou síť tzv. digilightů (30 nosičů na všech pěti podlažích) v Palladiu provozuje také společnost Logologic. FM na duben 2008 plánuje reklamní síť v akvaparku v Čestlicích a ve 3. čtvrtletí 2008 má přijít na řadu síť Krkonoše.

Expolinc Roll-Up Promotion

Společnost luna Atelier uvádí na trh nový model prezentačního roletkového systému švédského výrobce Expolinc. Výrobce s doživotní zárukou nabízí ekonomickou variantu pod názvem Roll-Up Promotion. Oproti klasickým Roll-Upům nemá zapouzdřenou roletku, je lehčí a dodává se v kartonové krabici. V kombinaci s tiskem na PVC plachtovinu nabízí švédské zpracování za české ceny.

Omluva společnosti HSW Signall

V SignLine 18/2007 jsme použili fotografii ze školení polepu aut společnosti HSW Signall ke krátké zprávě jiného dodavatele. Chyba vznikla na naší straně při zpracovávání SignLine. Za svůj omyl se společnosti HSW Signall omlouváme.

MULTI/expo
spol. s r.o.

dceřiná společnost

OSPAP

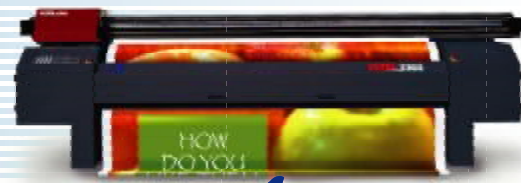


...a mnohem víc na

www.multiexpo.cz, info@multiexpo.cz



MUTOH



efi VUTEK