

Den signmakingu Brno

Dne 1. listopadu se setkali členové Sdružení dodavatelů pro signmaking ČR v Brně na historicky prvním ročníku podzimní výstavy.

Výstava proběhla v kongresové části hotelu Voroněž a nabídla nejnovější technologie a materiály od členů Sdružení. Tato výstavní akce byla primárně určena k prodeji, také jednotliví vystavovatelé nabízeli zajímavé ceny, novinky a výhodné bonusy před koncem roku.

Výstava byla směřována k potencionálním a stávajícím klientům z přilehlých i vzdálenějších regionů a také firmám, které se zajímají o nabídku služeb v oblasti signmakingu, materiálů a technologií i odborné a novinářské veřejnosti.

Výstavní den zakončil diskusní panel pod záštitou časopisu Sign – znamení doby, který představil aktuální realizace prací v regionu Moravy.

Po denním výstavním programu následoval Večer signmakingu Brno v lidovém stylu, v příjemném prostředí Moravské chalupy.

Členové Sdružení potvrdili, že tímto byla zahájena nová tradice podzimní akce v moravském regionu. V příštím roce se plánuje tato akce také v obdobném termínu, tedy před koncem roku v hotelu Voroněž.



Poslední valná hromada Sdružení v roce 2007

Dvacátého osmého listopadu se v Praze – Průhoncích setkali členové Sdružení na svoji pravidelné Valné hromadě. Témat k projednání bylo několik, k těm nejdůležitějším patřilo schválení hospodaření za rok 2007 a návrh finančního plánu na rok 2008. V souvislosti s návrhem se jasně vyprofilovali priority, které bude Sdružení dodavatelů pro signmaking ČR v roce 2008 podporovat.

Jednu z dominantních akcí Sdružení vnímají členové oborovou soutěž o nejlepší signmakingovou realizaci pod názvem Duhový paprsek. Zúčastnění jednohlasně odsouhlasili generální partnerství této soutěže a vyjádřili ochotu a zájem se ještě více podílet na rozvoji a přípravě Duhového paprsku.

Jako druhý bod jednání bylo vyhodnocení prvního ročníku výstavy pro výrobu reklamy Den signmakingu Brno, který proběhl 1. listopadu v Brně společně s večerní společenskou akcí Večer signmakingu Brno.

Shrnutím z diskuse členů vyplývá, že je zájem připravit obdobnou výstavu ve stejném duchu i v roce 2008. Z dalších důležitých projektů, které se v roce 2008 připravují je již 9. ročník společenského Večera signmakingu v Praze. Zástupce produkční agentury představil záměr na příští rok, diskutovalo se o programu, produkci akce i o zasazení vyhlášení Duhového paprsku v rámci celého programu Večera signmakingu.

Kromě hlavních témat, se debatovalo o Etickém kodexu Sdružení a aktuálních interních problémech. Na závěr, protože valná hromada byla v tomto roce poslední, si členové popřáli hodně úspěchů do nového roku.



Sportisimo s guerillou

Český prodejce sportovních potřeb Sportisimo připravilo v minulém týdnu další guerillovou instalaci. V promoboxech budou sportovní vybavení předvádět živí figuranti. Instalace je umístěna na náměstí republiky přímo před obchodním centrem Palladium.

OMD oceněna za Vodafone

Mediální agentura OMD Czech získala zlato v celosvětové kreativní soutěži společnosti Vodafone (Vodafone World Creative Awards). OMD uspěla v kategorii Nejlepší mediální iniciativa, a to s rebrandingovou kampaní, která pracovala s motivem červené ruky.

Zástupci pražské OMD si přebírali cenu na slavnostním vyhlášení vítězů prvního ročníku soutěže v Londýně. Vodafone soutěž pořádá pro všechny své kreativní a mediální agentury po celém světě.

Do letošního prvního ročníku bylo přihlášeno celkem 380 kampaní, které se utkaly ve 14 různých kategoriích. Na shortlist bylo vybráno 70 kampaní.

AKA se zaměří na kampaně

Po seminářích o podlinkových kampaních, digitálních médiích či prezentačních dovednostech pokračuje AKAdemie v lednu 2008 workshopem Co spojuje kampaně, které fungují zaměřeného na rozbor úspěšných kampaní. Přednášet budou Henri de la Barre a Tomáš Grmela (oba Mark BBDO).

„Zatím pokračujeme v systému stavebnicového programu, kterým jsme loni nahradili někdejší celoroční kursy, zjišťujeme poptávku agentur a hledáme, kdo ji nejlépe uspokojí,“ uvedl ředitel pořadající Asociace komunikačních agentur Jiří Janoušek.

LG exkluzivní v Palladiu

Společnost LG Electronics dodala obrazovky i dalšímu partnerovi v Palladiu. V areálu je rozmístěno 88 kusů 42palcových LCD panelů LG a dalších 30 kusů monitorů menších úhlopříček ve výtazích. Tuto síť provozuje společnost FilipMedia, vysílá v ní reklamy a interní sdělení Palladia.

Světově unikátní způsob reklamy je k vidění v pražském nákupním centru Palladium. Společnost LG Electronics v něm ve spolupráci s agenturou LogoLogic instalovala 30 velkoformátových plazmových obrazovek LG, na nichž se vysílají komerční spoty.

Speciálně vyvinuté plazmové displeje LG s obrovskou úhlopříčkou 71 palců (přes 180 cm) jsou přímo určeny pro instalaci na výšku. Reklamní displej v designovém rámu je tak stejně vysoký jako průměrný dospělý člověk. To činí projekt jedinečný v globálním měřítku, neboť jde o první použití jinak než horizontálně. V kombinaci s obrazem kvality High Definition (HD) přináší divákovi zcela nový zážitek z reklamního média.

Více o této realizaci se dozvíte v novém čísle časopisu Sign.

Kampaň k Schengenu vrcholí

Informační kampaň ke vstupu České republiky do Schengenského prostoru, kterou pro Ministerstvo vnitra ČR vytvořila reklamní agentura TBWA\PRAHA, vstupuje do závěrečné a nejintenzivnější fáze.

Kampaň bude probíhat v několika fázích a zaměřuje se na více cílových skupin. Klade si za cíl oslovit cizince, kteří pobývají či přijíždějí na naše území, popřípadě žádají o vízum, dále obecně na občany ČR, obyvatele příhraničních oblastí, média, státní úředníky, podnikatele či volené zástupce. „Ministerstvo vnitra po vzoru britské vlády požadovalo, abychom distribuovali informace přímo k přesně lokalizovaným cílovým skupinám - proto její součástí jsou miliony letáků - a to i v ukrajinštině, vietnamštině, francouzštině, ruštině, angličtině“, uvádí manager kampaně Jakub Horák z TBWA\PRAHA.

Fogscreen hoří v kině

V rámci právě probíhající filmové akce Filmánie nasadila společnost Vodafone jako alternativní médium své vánoční kampaně technologii - tzv. Fogscreen.

Novinka známá ze zahraničí, která je k vidění v multikíně Palace Cinemas na pražském Smíchově, pracuje na principu rozbíjení vody pomocí ultrazvuku. Ve finále zařazení funguje jako projekční stěna.

Podle některých průzkumů má toto médium, o 400 % vyšší účinnost než klasická projekce či plazmová obrazovka. Pod pražskou realizací jsou podepsány agentura OMD Czech ve spolupráci s Mark/BBDO a Quix Strategy.



Objednejte si předplatné
časopisu SIGN

www.signmagazine.cz
předplatne@economia.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Valná hromada AČRA M.K.

Zástupci 30 členských agentur se sešli v Brně na valné hromadě Asociace českých reklamních agentur a marketingové komunikace (AČRA M.K.). Novým členem se stal Reklamní atelier AREA, členskou základnu opouští agentury Studio ULMA Brno a mediální agentura MQI Brno.

Do řad řádných členů přešla po roční čekatelské lhůtě agentura Beneda Group.com. V roce 2008 tak bude mít AČRA M.K. celkem 48 členů.

Za zesnulého Michaela Meliška byl do prezidia AČRA M.K. kooptován Zdeněk Navara. AČRA M.K. rovněž aktualizovala stanovy, aby odpovídaly současným potřebám asociace.

Zastávky pro Panasonic

Panasonic připravila ve spolupráci s reklamní agenturou Onyx kampaň pro výrobky osobní péče, s hlavním důrazem na komunikaci technologie pro dokonalé oholení u řady pánských holicích strojků.

Hlavní sdělení je kromě klasických komunikačních nástrojů (tisková, venkovní reklama a POP materiály) podpořeno i netradičními médii - speciálně ozvučenými a polepenými tramvajovými zastávkami v centru hlavního města Prahy.

Předplatitelé časopisu SIGN mají přístup do on-line archivu zdarma. Stačí se přihlásit na internetové adrese <http://predplatitel.ihned.cz>