

Veletrh Reklama, Polygraf v číslech

Pořadatelé veletrhu Reklama, Polygraf oficiálně zveřejnili statistická data o veletrhu a zároveň představili podstatné části výzkumu vystavovatelů a návštěvníků, který připravil Institut marketingových služeb ČMS a společnost Admaz.

Na veletrhu se představilo celkem 355 vystavovatelů, z toho 32 vystavovatelů ze zahraničí. Výstava probíhala na brutto proše 14 600 m² a na 6152 m² byly k vidění komerční a nekomerční prezentace firem a partnerů veletrhu. Veletrh v průběhu tří dnů navštívilo celkem 11 781 návštěvníků, z čeho bylo 1074 ze zahraničí (procentuální zastoupení zemí: Česká republika 89,9 %, Slovensko 4 %, Německo 1,9 %, Rakousko 0,2 %, Rusko 1,1 %, Ukrajina 0,4 %, Polsko 1,5 %, Maďarsko 0,5 %, jiné 0,5 %).



Letos opět stoupl počet odborných návštěvníků, jejichž profese byly úzce spjaty se zaměřením veletrhu. Rok od roku má tato kategorie vzestupnou tendenci, což je v každém případě pro organizátory veletrhu i vystavovatele potěšitelné. Podle průzkumu se struktura návštěvníků dělila v procentech na: podnikatel z oblasti zaměření veletrhu 17 %; zaměstnanec ostatní 3 %; pracovník agentury 7 %; pracovník marketingového oddělení/oboru 13 %; zaměstnanec z oblasti zaměření veletrhu 20 %; výrobce reklamy a polygrafie 9 %; ostatní 4 %; podnikatel ostatní 3 %; vedoucí pracovník na straně zadavatele 7 %; fotograf, umělec 7 % a dodavatel materiálů pro reklamu 10 %.

Od propadu v roce 2006 zaznamenává navázání obchodních kontaktů jako hlavní cíl účasti mírnou vzestupnou tendenci, která letos dosáhla 52 %. Pouze ve 3 % odpovědí vystavovatelé prohlásili, že své cíle nenaplnili. Rovná čtvrtina zástupců oslovených firem prohlásila, že zatím nemohou míru dosažení cílů hodnotit. Z výsledků následující otázky vyplývá, že ještě velký podíl vystavovatelů – 93 %, očekává další obchodní jednání a jistě věří, že budou úspěšná.

Největší skupina návštěvníků (64 %) přišla na veletrh, aby se seznámila s celkovou nabídkou z oboru včetně novinek a současnými trendy. O 3 % více než v roce 2007 bylo zaznamenáno zájemců o obchodní jednání a poněkud se zvýšil i zájem o zmapování konkurence (také o 3 %). K výraznému snížení došlo v oblasti zjišťování informací o jedné skupině výrobků (pokles o 12 %). Výzkum opět potvrdil stabilní vysokou míru spokojenosti návštěvnické veřejnosti – 88 % respondentů našlo na tomto veletrhu vše nebo téměř vše, co bylo cílem jejich návštěvy, zbývajících – velmi malý podíl návštěvníků, jen 12 %, odcházel z akce z různých příčin v různé míře intenzity nespokojen.

Ze všech dotázaných 55 % odpovědělo, že jsou pravidelnými návštěvníky veletrhu. Toto číslo je zatím nejvyšší ve sledovaném několikaletém období a vypovídá o kvalitě pořádané akce, která si cílevědomě buduje okruh svých stálých příznivců. Oproti minulým rokům se snížil počet debutantů – veletrh poprvé letos navštívilo 7 % respondentů, v roce 2007 zažilo tuto premiéru 24 %. Čtrnáct procent návštěvuje veletrh občas.



Objednejte si předplatné
časopisu SIGN

www.signmagazine.cz
předplatne@economia.cz
tel. 800 11 00 22

economia
OBSAH ROZHODUJE

Krušovice promují Mušketýra

Novou komunikační kampaň připravila pro svou značku Mušketýr společnost Královský pivovar Krušovice. Kampaň, která využívá televizi, tiskovou reklamu, outdoor a POS materiály, poběží až do konce července a cílí hlavně na konzumenty, kteří značku znají.

Cílem komunikace je zvýšení prodeje piva Mušketýr, včetně zvýšení počtu gastronomických provozoven podávajících tuto značku.

UniCredit Bank cílí na Prahu

Novou pětiměsíční kampaň spustila společně s finanční skupinou Pioneer Investments společnost UniCredit Bank. Obě firmy, patřící do stejné finanční skupiny, chtějí pomocí outdoorové komunikace produktu Rentier Invest zvýšit povědomí o značce Pioneer Investments.

Kampaň, která se objeví v hlavním městě a potrvá až do září, bude podpořena také PR aktivitami a POS materiály.

Tesco s obrazovkami

Společnost Imige ČR odstartovala počátkem května pilotní projekt Digital Signage v řetězci Tesco v pražských Letňanech. Základem

(Pokračování na stránce 2)



UVažujte jinak

HP Designjet H 45500 si můžete přijít vyzkoušet do našeho showroomu.
Pro předvedení tiskárny pište na uvtisk@hsw.cz



H·S·W
Signal

Stock Plzeň končí s Y&R

Po dvanácti letech se společnost Stock Plzeň rozhodla ukončit spolupráci s reklamní agenturou Young & Rubicam. Podle oficiálních zpráv se oba partneři na ukončení spolupráce shodli, neoficiální zdroje nicméně hovoří o kreativním vyčerpání na straně agentury a dlouhodobější nespokojenosti klienta. Martin Petrášek, generální ředitel plzeňské společnosti, spekulace o důvodech odmítl komentovat. Podle informací M&M se od července kreativy Stocku ujme reklamní agentura Sabotage, která pro společnost již vytvořila kontroverzní klipy na Fernet Stock 8000.

Obr Rosický pro Nike

Motivy značky Nike v obřích rozměrech a s fotbalovým reprezentantem Tomášem Rosickým v hlavní roli obsadily dvojici pražských lokalit. Instalaci na budově Hlavního nádraží otočenou směrem na magistrálu a zabírající plochu 826 m² doplňuje obří míč na druhé straně dopravní tepny. Kapitán národního týmu figuruje také na ploše o velikosti 600 m² umístěné na střeše nákupního centra Chodov. Ve spolupráci se společností Railreklam realizuje akci firma Outdoor Praha, která změnila název z původního Lastminutemedia.

„Lépe vyjadřuje naše hlavní aktivity v oblasti reklamy. Od roku 2005 se výrazně zvyšuje zájem našich klientů o nestandardní reklamní instalace, v současnosti je to již více než 80 % našeho ročního obrátu,“ komentoval změnu šéf společnosti Jan Klápa. Je paradoxní, že právě Tomáš Rosický minulý týden se slzou v oku oznámil, že na letošní Euro nepojede kvůli zranění.

Bio i pro Mutoh

Prestože zákazníci již mohou v tiskárnách Mutoh Spitfire a Spitfire Extreme používat inkousty společnosti Megaink, nyní mohou pro tyto tiskárny použít Bio inkousty bez rozpouštědel, které jsou šetrné k životnímu prostředí. Tento inkoust dovoluje uživatelům dosáhnout nejen režimu rychlého tisku s vynikající tiskovou kvalitou, ale také vysokoobjemové výroby venkovních tisku s vysokou trvanlivostí.

S použitím nových inkoustů BioMG budou výtisky tiskárny dosahovat životnosti, která dříve nebyla možná. Ředitel obchodního vývoje společnosti Megaink Avi Bukai poznamenal k životnosti inkoustu BioMG pro Mutoh Spitfire a Spitfire Extreme toto: „Velmi nás těší, že uvádíme inkousty BioMG pro tyto dvě řady tiskáren tak krátce po uvedení Bio inkoustu na trh. Čím vhodnější budou Bio inkousty, tím více zákazníků bude moci z jejich výhod těžit, protože jejich pozitivní efekty nejsou omezeny jen na zjevný přínos oblasti výroby inkoustu pro životní prostředí. Další úžasnou výhodou je trvanlivost Bio inkoustu, která umožní použití, které bude ohleduplné k přírodě, a je také cenově výhodné díky maximalizované životnosti.“

Zákazníci se stroji Mutoh Spitfire a Spitfire Extreme ocení nízký objem údržby, který jejich tiskárny při použití inkoustu BioMG budou potřebovat. Inkousty jsou dostupné ve 440ml zásobnících s kartami Smart Cards a ve velkoobjemových lahvích s objemem 1 litr s 11 kartou Smart Card.

Fespa má nový web

Evropská asociace sitotiskařů má novou webovou prezentaci. Na adrese www.fespa.com naleznete nejen aktuální informace, ale například i sekci Fespa TV, která obsahuje tematická videa, dále blog představitelů Fespy nebo výukovou sekci Fespa Academy.

Leitner na Slovensko

Šéfem společnosti Bigmedia Slovensko byl jmenován Jan Leitner, dosavadní business development director BigBoard Praha a v minulosti např. managing director Billboard Outdoor (později sloučené s akzent media do stávajícího subjektu outdoor akzent). Podle oficiálního stanoviska Bigmedia souvisí posílení slovenské filiálky se získáním podílu ve společnosti Recar. Bigmedia Slovensko byla založena počátkem tohoto roku. Bývalá východní část společného státu je tak po České republice, Rusku a Ukrajině čtvrtou zemí, kde Bigmedia působí.

Stavebnictví
 VisCom
 Průmysl
 DIY

nově
AKYPRINT®

nový PP sendvič s unikátním patentovaným jádrem

POUŽITÍ

- tisk -oboustranné aplikace
- laminace
- displeje, POP/POS
- výstavnictví
- boxy

www.feronathysen.cz

(Pokračování ze stránky 1)

projektu jsou LCD monitory, které jsou umístěné jak u pokladen, tak přímo u jednotlivých kategorií zboží.

Reklama na LCD monitorech má sloužit nejen k podpoře FMCG sortimentu, ale také ostatního non-food zboží a služeb.

Nové metro s reklamou

Zatím nespecifikovaný počet nových reklamních nosičů formátu billboard a citylight plánuje instalovat v trojici nových stanic pražského metra (Střížkov, Prosek, Letňany) společnost JCDecaux.

„Billboardy a část citylight vitrín budou začleněny do stávajících sítí a druhá část CLV bude využita pro kusový prodej,“ upřesnil pro M&M marketingový ředitel JCD Jan Kábrt. Billboardy na staničních stěnách za kolejíštěm nabízí JCD od začátku loňského roku po stopnutí projekčních stěn Metrovision.

Henkel propaguje Pattex

Outdoorovou kampaň propagující lepidlo Pattex spustila v těchto dnech společnost Henkel. Lepidlo Pattex je na trhu již více než padesát let. Reklama na billboardových a bigboardových nosičích po celé republice potrvá do 28. května.

Další vlna kampaně produktu, kterou doprovází internetová reklama, PR propagace v lifestyleových časopisech a prodejní akce, bude probíhat od 1. do 28. června. Realizaci kampaně připravila agentura Med-Media.

2008
**MARKETING
MANAGEMENT**

NEW MARKETING - NEW TOOLS

5.6.2008, HOTEL AMBASSADOR PRAHA

MARKETING & NEW CUSTOMERS / MARKETING & NEW TOOLS / MARKETING & NEW BEST PRACTICES

KEYNOTE SPEAKER: GEORGE SILVERMAN

WWW.MARKETINGMANAGEMENT.CZ

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 jakákoliv 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.