

Levé křídlo lehlo popelem. Co bude s Reklamou?

Požár, který vedl ke zřícení levého křídla, resp. třetiny Průmyslového paláce na pražském Výstavišti, ovlivní nejen chystané veletrhy, ale i patovou situaci ohledně sporů Incheby jako nájemce celého areálu Výstaviště Praha.

Do odvolání je spolu s nejbližšími plánovanými veletrhy společnosti Incheba Praha zrušen i Pragodent 2008, který začal právě v den požáru. Organizace 15. ročníku veletrhu Aqua-therm Praha, který měla v termínu od 25. do 29. listopadu na Výstavišti pořádat agentura Progres Partners Advertising, podle slov jejího ředitele Františka Kočího ohrožena není. „V tuto chvíli intenzivně jednáme o náhradních prostorách,“ řekl v pátek Kočí. Aqua-therm Praha byl největším veletrhem, který se na Výstavišti v Holešovicích pravidelně konal. Každý rok hostil více než 300 firem a jeho branami prošlo v průměru přes 40 tisíc návštěvníků. Jiné prostory hledá pro své plánované akce také M.I.P. Group.

Událost bude mít vliv i na vztahy Incheby s Magistrátem, které jsou zatížené soudními spory. „Ve spolupráci s majitelem objektu, tedy Magistrátem Hlavního města Prahy, se budeme snažit najít co nejrychlejší řešení obnovy Průmyslového paláce tak, aby mohl sloužit znovu veřejnosti stejně jako celý areál,“ uvádí Incheba v tiskové zprávě.

Dlouhodobým záměrem společnosti je v sousedství dnešních Křižkových pavilonů postavit novou víceúčelovou halu s plochou cca 16 tisíc m², kam chce přenést velkou část výstavních a veletržních aktivit. Areál již Incheba jednou obnovovala po podobné katastrofě v podobě zničujících záplav. „Co se týká smluvních vztahů s Inchebou, bude nutno je zrevidovat. Důležité bude celou záležitost vyšetřit a počkat na závěry policie a hasičů. Pokud by se jednalo o porušení povinností vyplývajících ze smlouvy, tak jsem připraven navrhnout Radě radikální řešení,“ uvedl radní pro kulturu Milan Richter na otázku, jak ovlivní událost vztahy Magistrátu s Inchebou.

Zásadní otázkou pro náš obor ovšem je, co bude s veletrhem Reklama, Polygraf 2009, který se měl uskutečnit od 31. března do 2. dubna 2009 a jehož stěžejní část pro náš obor se odehrává právě v levém křídle. Vzhledem ke krátké době, která od požáru uběhla, stihla společnost M.I.P. Group, organizátor veletrhu, vydat pouze stručné prohlášení: „V každém případě výstavu Bydlení 2009 a veletrh Reklama, Polygraf 2009 – naše jarní akce, plánujeme uskutečnit. V následujících dnech budeme hledat vhodná řešení – přesun těchto veletrhů do jiných vhodných prostor. Zabezpečení vhodných termínů a prostor je teď naším prvořadým cílem,“ říká Monika Hrubalová, ředitelka veletrhů.

Praha 1 audituje reklamní plochy

Městská část Praha 1 vypsal veřejnou zakázku na vytvoření auditu reklamy v ulicích městské části. Vítězný dodavatel má zajistit katalog reklamních nosičů, s určením původu reklamních nosičů, sdělení i poutačů provozoven. Zároveň má zmonitorovat možnosti městské části vstupovat do procesu vzniku těchto reklamních nosičů. Součástí zakázky je i odborná rešerše o úpravách režimu povolování umístění a odstraňování reklamy. Zakázka nepřesahuje částku 500 tisíc korun, termín pro podání nabídek je 15. října. O vítězi rozhodne cena a doba zpracování.



Objednejte si předplatné
časopisu SIGN

www.signmagazine.cz

předplatne@economia.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Fanoušci kradou plakáty Levi's

Outdoorové nosiče s vizuály aktuální kampaně Levi's na kultovní Jeans 501 byli v několika německých městech poškozeni. Cílové skupině se portréty Josh Beech, frontmana londýnské kapely Snish, zřejmě zalíbily natolik, že je z plakátů přes noc vyřízla. Tyto nosiče jsou součástí integrované kampaně s claimem „Live Unbuttoned“, která zahrnuje také online bannery, inzerci a kinoreklamu. V kampani za přibližně milion dolarů nasadil Levi Strauss v USA také televizní spot s motivem „nespoutaného“ hudebníka.

Obří billboard na London Bridge

V britské stanici metra London Bridge byl odhalen zatím největší billboard v těchto prostorách. Tato kampaň podporuje aktivity Národní společnosti na ochranu týraných dětí (NSPCC). Rozměry plochy jsou šestkrát větší než klasický billboard.

Hlavní pozornost strhne slovo štěstí, na každém z písmen jsou obrázky dětí. Stanice se právě opravuje, proto společnost NSPCC mohla využít tak velké plochy. Díky vysoké frekvenci cestujících nadace doufá, že se zvedne povědomí o jejich aktivitách a rozšíří se tak řada jejich pomocníků.

bitcon

Váš dodavatel technologií
a spotřebních materiálů
pro výrobu reklamy



Roland

VersaArt
RS-540/640

bitcon

Suchý vršek 2122/33
158 00 Praha 5
tel.: 251 095 420
fax: 251 095 499
www.bitcon.cz



NOVÉ TECHNOLOGIE A TRENDY NEJEN PRO VÝROBU REKLAMY ZA ZAJÍMAVÉ CENY.

Na Vaši návštěvu se těší profesionální Team společnosti GEODIS GROUP.
www.geodis.cz, www.geodis.sk



Největší světelné logo v Evropě

Italská pobočka společnosti OKI Printing Solutions odhalila dosud největší reklamu v Evropě vytvořenou technologií backlight. Světelné logo společnosti, které zabírá plochu 230 m², je umístěno na strategické pozici vedle dálnice směřující z Milána do přímořských letovisek. Každý den jej tak spatří půl milionu lidí.

Česko-slovenský den v Durstu

Společnosti Durst a HSW Signall připravili pro firmy zabývající se velkoplošným digitálním tiskem zajímavou prezentaci přímo ve výrobních závodech společnosti Durst, která patří k nejvýznamnějším výrobcům tiskových strojů pracujících s UV vytvrzovanými inkousty.

Návštěva v Durstu se uskutečnila ve dnech 7. až 9. října 2008. V úterý ráno vyrazil z Prahy autobus s novináři a podnikateli z oboru velkoplošného digitálního tisku do Brixenu. Po ubytování a setkání s účastníky, kteří volili cestu autem, čekal hosty společenský večer.

Středeční program zahrnul prohlídku výroby v závodě Durstu v tomto městě a předvedení tiskárny Rho 320R, odpoledne návštěvu kláštera Neustift a knihovny kláštera Stiftsbibliothek. Večer se výprava přesunula do města Lienz, kde si hosté mohli užít místní atmosféru při večeři v klasické tyrolské chalupě s živou tyrolskou hudbou. Čtvrtek začal přehlídkou závodu Durstu a po ní následovala prezentace na téma „UV versus solvent v deskových tiskárnách“ s následným předvedením flatbed tiskáren Durst Rho 600 Pictor, Rho 700 a Rho 800 Presto.

„Česká republika a Slovensko jsou pro nás velmi zajímavé trhy,“ konstatoval Dr. Richard Piock, generální ředitel společnosti Durst. „Již nyní je u vás nainstalováno více než patnáct našich tiskáren a věřím, že ve spolupráci se společností HSW Signall se nám podaří pro naše technologie získat významný podíl na trhu.“



Federalové lákají na auta

Společnost Federal cars autorizovaný prodejce a opravce vozů Peugeot a Toyota spustil billboardovou kampaň jako doplněk k hlavní podzimní kampani v rozhlasu. Hlavním cílem kampaně je zvýšit povědomí o společnosti Federal Cars. V kampani se objevují čtyři kreslené motivy, které jsou jak na billboardech, tak i v rozhlasových spotech. Všechna sdělení ve spotech mají jednu nosnou myšlenku. Jsou vystaveny na axiomech typu „Pro houby se chodí do lesa. Pro peugeoty k Federalům“. Kreativitu zajistil sám prodejce, spoty natočila agentura DEMA.

Filip Media posiluje

Komunikační agentura Filip Media, provozovatel sítě reklamních obrazovek, upevnila svou pozici na trhu in-store médií – portfolio jejích obrazovek se rozrostlo na celkový počet více než 400 kusů. Kromě rozšiřování po Praze se soustředila také na regiony. „Naším cílem je vybudovat a provozovat celorepublikovou síť,“ říká Jitka Mravinacová, PR manažerka firmy.

V průběhu října ubudou uvedeny do provozu obrazovky také v jihlavském City Parku a ve Varyádě v Karlových Varech.

Handy Media do Srbska

Zástupci Handy Media Group jednali o rozšíření svých reklamních nosičů do další země. Po Česku, Slovensku a Polsku by tak bylo Srbsko čtvrtou zemí, kde se v prostředcích hromadné dopravy budeme moci setkat s reklamním nosičem Handies.

Předpokládá se, že průběhu prvních šesti měsíců roku 2009 by v největších srbských městech mělo být nainstalováno až 20 tisíc držátek.

Převzetí nosičů v mutlikinech

Palace Media, mediální zastupitelství multikin Palace Cinemas, začala zastupovat všechny reklamní nosiče, které se nacházejí v jejich mutlikinech. Nebude mít tedy žádné externí dodavatele. „Převzali jsme obrazovky společnosti SuperVision, které teď sami provozujeme, a úplně nově i citylighty a rámečky na toaletách od společnosti Revolution Media,“ říká Petra Lamlová, sales manažerka společnosti Palace Media.

Krise zastaví reklamní akvizice

Padající cena akcií světových komunikačních skupin zabrzdí jejich plány, co se akvizic a dalších obchodních strategií týče. Alespoň se na tom shodli zahraniční odborníci na reklamní trhy. Skupina WPP totiž ztratila 46 % ceny svých akcií, Havas přibližně 60 % a Interpublic zhruba 57 %. Očekává se proto, že převzetí britské agentury TNS za 1,2 miliardy liber skupinou WPP je na dlouhou dobu poslední větší akvizicí v reklamním průmyslu.

Nová pražská Super plocha

Dochází k avizovanému rozšiřování ploch společnosti Super poster na frekventovaných místech Prahy.

„Další z našich nepřehlédnutelných ploch je k dispozici na pražské magistrále 5. května, kolmo k příjezdu do centra. Tato nová plocha o velikosti 235 m² je samozřejmě osvětlená,“ říká Dana Maříková, obchodní ředitelka společnosti.

Malá roadshow
s velkým
formátem

Brno
30. 10.

Océ jede

*Mobilní
signmakingová dílna*

Produkční tisk bez proužků



www.oce.cz

Novinka HP Scitex XP2300

Společnost HP představila na veletrhu Viscom Europe v Paříži nový UV roll-to-roll tiskový stroj HP Scitex XP2300 s pracovní šířkou 3,2 m. Novinka přináší do reklamní grafiky vysoký výkon a nízké tiskové náklady. Je to další triumf UV technologie v oblasti velkoplošného tisku.

HP Scitex XP2300 kromě špičkové rychlosti 233 m²/h v rozlišení do 360 dpi přináší i mimořádně zajímavou spotřebu 1 l inkoustu na 180 m². Vývojáři z divize HP Scitex mysleli nejen na vynikající zpracování tiskových dat, ale propracovali i konstrukci tiskárny. Díky vestavěnému navíjecímu vřetenu lze odebírat potištěný materiál i za chodu stroje. Tu je na místě zdůraznit, že výtisky z UV strojů jsou ihned suché a připravené k dalšímu zpracování. Uživatel tak získává velmi cenný čas. Workflow HP Scitex Operating Software maximálně usnadňuje automatické zpracování tiskových úloh a současně výrazně snižuje možnosti chybných příkazů operátora. Jádrem systému je úložiště dat, kde se soustřeďuje zpracování jednotlivých tiskových úloh pro kontinuální tisk. Při tisku jedné úlohy se už připravují data pro další zakázku.



HP Scitex XP2300 je průmyslová produkční tiskárna s bytelnou konstrukcí. Je navržena pro systém tisku roll-to-roll s možností potisku více rolí materiálu najednou. Do stroje mohou být vkládány role média s maximální šířkou 320 cm a hmotností 150 kg. Pracuje v systému míchání barev CMYK a využívá piezoelektrické tiskové hlavy s 80 pl kapičkami UV vytvrzovaného pigmentového inkoustu. Stroj je osazen šestnácti tiskovými hlavami, z nichž každá disponuje 256 tryskami. Dosahuje rozlišení vyšší než 360 dpi. Práci obsluhuje i integrovaný automatický elevátor, který upravuje výšku tiskových hlav nad podložkou. Kromě uživatelského nastavení tiskových parametrů má obsluha k dispozici sedm typických tiskových módů. V nejkvalitnějším z nich dosahuje tiskárna výkonu 30 m²/h a v nejrychlejších již zmíněných 233 m²/h. Životnost výtisků je delší než dva roky. Mezi typické aplikace patří tisk billboardů, bannerů a další venkovní grafiky, výtisky však možno využít i k interiérovým dekoracím. Jako tiskové médium může sloužit papír, mesh, polyetylenové filmy a bannery, vinyl, textil a mnoho dalších materiálů.

Gravotech otevírá dveře

Už tradiční den otevřených dveří pořádá dnes a zítra (21. a 22. října 2008) v sídle společnosti v Benátkách nad Jizerou firma Gravotech. Návštěvníci budou mít možnost seznámit se s novinkami v oblasti hardwaru i softwaru pro gravírování.

Den signmagingu Brno se blíží, zaregistrujte se

Den signmagingu Brno proběhne i v tomto roce v prostorách konferenčního sálu brněnského hotelu Voroněž, 30. října od 9 do 17 hodin. Na druhém ročníku výstavy pro oblast výroby reklamy se představí členové Sdružení dodavatelů pro signmaking: BITCON, DENCOP LIGHTING, FERONA THYSEN PLASTICS, GEODIS BRNO, HaWe SYSTEMS, HSW SIGNALL, MULTIEXPO, OCÉ ČR, SPANDEX SyndiCUT, TEPEDE CZ, VINK – PLASTY. Z dalších subjektů je to grafické studio Kafka design, Svět tisku a hlavní mediální partner výstavy Sign – znamení doby.

Výstava Den signmagingu Brno je určena potenciálním a stávajícím klientům z přílehlých regionů, dále firmám, které se zajímají o nabídku služeb v oblasti signmagingu, materiálů a technologií i odborné a novinářské veřejnosti. Tato výstavní akce je primárně určena k prodeji, také jednotliví vystavovatelé jsou připraveni nabídnout zajímavé ceny. Avizují novinky a výhodné bonusy před koncem roku. Vzhledem k termínu konání a charakteru akce se dá předpokládat, že tyto nabídky budou pro návštěvníky zajímavé, protože jsou připravené speciálně na Den signmagingu v Brně. Vstup na výstavu je bezplatný po předešlé registraci na www.sign-sdruzeni.cz.

Předplatitelé časopisu

SIGN

mají přístup do on-line
archivu **ZDARMA.**

Stačí se přihlásit na

<http://predplatitel.ihned.cz>

economia
OBSAH ROZHODUJE

Opel na interaktivním dotykovém City Light Display

Na stuttgartském letišti využívá Opel Insignia interaktivní City Light Display. Tento pilotní projekt společnosti Deutsche Telekom nabízí uživateli možnost vstoupit do kontaktu se produktem a značkou Opel. Po tři měsíce mohou lidé zkoumat vlajkovou loď Opelu na více než dvoumetrovém dotykovém displeji.

Prostřednictvím Insignia Visualizer se lze virtuálně seznamovat s designem a novinkami modelu a sestavit si automobil podle vlastního přání. Koncept připravila agentura MRM Worldwide.

JCDecaux odvolal akvizici s News Outdoor

Jednání mezi JCDecaux a News Corporation o koupi ruských a východoevropských společností pro venkovní reklamu News Outdoor Group skončilo bez dohody.

Přesto, že Jean-Charles Decaux, generální ředitel společnosti JCDecaux, ještě před týdnem ujišťoval, že ekonomická krize by neměla mít na koupi vliv, teď je všechno jinak: „Ekonomické podmínky a situace na kapitálovém trhu ztěžují uzavření strategického partnerství v tomto rozsahu,“ říká.

JCDecaux je nyní jednou z největších outdoorových firem a má se za to, že sloučením s News Outdoor Group by se firma JCDecaux stala největší společností OOH na celém světě.

POZVÁNKA

2. ročník výstavy pro
oblast výroby reklamy

30. ŘÍJNA 2008

BRNO
KONGRESOVÉ CENTRUM HOTELU VORONĚŽ

**DEN SIGNMAKINGU
BRNO**

TEPEDE
The Specialist for Large-Format Printing
www.tepede.cz

Srdečně Vás zveme k návštěvě naší expozice na dni Signmagingu Brno, kde Vás rádi seznámíme s kompletní nabídkou alternativních inkoustů Colorline. Zároveň Vám představíme absolutní novinky v oblasti velkoformátového tisku značek Epson a Seiko. Po registraci na www.sign-sdruzeni.cz vstup zdarma.



EPSON
EXCEED YOUR VISION
Česká PREMIÉRA
nové solventní tiskárny
Epson Stylus Pro GS 6000.

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.