

Bar v podobě Mini

Během posledních několika dní dorazily do ČR velké přívaly sněhu. Tím se vytvořily ideální podmínky pro otevření lyžařských středisek. Pec pod Sněžkou je jedním z nich. Společnost BMW Group, která má ve svém portfoliu i značku Mini, připravila pro návštěvníky tohoto lyžařského střediska stylový Mini Bullbar. Bar však nebude sloužit jen jako propagace značky Mini, ale bude prospěšný i obci Pec pod Sněžkou. Pro lyžaře, snowboardisty a další milovníky zimních sportů je tak k dispozici bar, kde se mohou občerstvit či schovat před nepříznivým počasím. Mini Bullbar je vyzdoben a brandován ve stylu Mini. Při osobní návštěvě je možné nalézt od vchodu až po nejmenší kouty v Mini stylu židle, stoly, okna, stěny a nepřekvapí ani toaleta, kde se nabízí pohled na přístrojovou desku Mini.



Koníci pro děti

Společnost Grapo z Olomouce získala před koncem roku zajímavou zakázku. Pro firmu Stroztech, výrobce technologických zařízení, potiskuje součástky dětských houpaček – koníků. Jednotlivé díly budou ve finále zkompletovány. Grapo má s tiskem nekomerčních produktů bohaté zkušenosti už z minulosti. Nicméně dětské houpačky tiskne podle slov majitelky Barbory Králikové poprvé. Houpačky ve tvaru koně jsou vytištěny na předtvarované překližce, zajímavostí je kompletní potisk včetně bílé barvy.



Mood Media v POPAI

Novým členem POPAI CE se stala společnost Mood Media Group CZ, která je poskytovatelem řešení v oblasti smyslového marketingu. Tato firma je součástí mezinárodní skupiny Mood Media Group, která působí v Severní Americe, Evropě, Asii a Austrálii. Divize smyslového marketingu společnosti Mood Media poskytuje in-store řešení pro hudbu, video a vůně pro široké spektrum segmentů včetně specializovaných obchodů, obchodních domů, supermarketů, finančních institucí a fitness klubů, ale také hotelů nebo restaurací. Obchodní divize specializovaná na prodej v obchodních řetězcích je největší producent a distributor specializovaných hudebních CD prodáváných za využití interaktivních stojanů. Společnost Mood Media posílí sekci digitální a multimediální komunikace POPAI CE.

Hanton a Orange

Výrobce světelné a nesvětelné reklamy Hanton pokračuje v značení provozoven mobilního operátora Orange. Dalším označeným obchodem je značková prodejna v Žilině. Jedná se o světelný nápis Orange na nesvětelném podkladě a o otočnou kostku. Hlavní panel má rozměr 6000 x 800 x 60 mm, menší pak 2500 x 800 x 60 mm. Na každém samostatném skleněném modulu (většina má šířku cca 1 m) je v odpovídající úrovni instalována světelná linka s LED prosvětlením, takže každá linka je samostatně ukončena podle jednotlivých šířek skleněných modulů, linka se přes speciálně upravené vyříznuté otvory kotví z druhé strany zakapotovaným protikusem. Každý skleněný modul je rovněž zevnitř podlepený černou fólií odshora až po úroveň světelné linky tak, že celé řešení spolu s dodanými skleněnými panely bude vytvářet jeden ucelený prvek – tato úprava se týká strany s panelem 6000 x 800 mm, na druhé straně, kde bude kratší panel bez plastik, bude nalepena zezadu pouze černá fólie tak, aby licovala s úrovní spodní hrany kratšího panelu a s úrovní světelné linky na druhé straně prodejny.



Předplatte si SIGN

www.economia.cz/predplatne

economia
OBSAH ROZHODUJE

Produkty Canonu u Océ

Océ oznamuje zavedení prvních dvou řad produkčních zařízení Canon do svého portfolia na území Česka a Slovenska. První je řada ImageRunner Advance 8000, multifunkční černobílá tiskárna pro velkoobjemovou produkci. Druhá řada, ImageRunner Advance C9000 Pro, je naopak barevná produkční tiskárna. Oba modely se dodávají v několika rychlostních provedeních (85, 95 a 105 A4/min u černobílé řady a 60 nebo 70 A4/min u barevné řady).

Obě řady byly vyvinuty za pomoci nejnovějších technologií a míří do tzv. light production segmentu trhu, kde vhodně doplňují již stávající Océ portfolio, v případě řady ImageRunner Advance nahrazují současný model Océ CS665. Obě nově zaváděné řady vynikají šetrností k životnímu prostředí, ať již díky nízké spotřebě, či díky použitým recyklovaným materiálům.

Modulární koncept obou řad umožňuje stroje nakonfigurovat přesně podle potřeb každého konkrétního zákazníka, k dispozici je na výběr z pěti finišerů, které lze mezi sebou kombinovat a maximálně tak využít výhod inline finišování. Samozřejmostí je, že obě zaváděné řady jsou již od počátku plně podporovány SW nástroji Prisma, zejména pak produkčními nástroji Océ Prismaaccess, Océ Prismaprepare, Océ Prismaproduction a Océ Prismasatellite for ERP.

Digital Signage má showroom

V Prague gate na Chodově je nově otevřen první showroom projekčních a interaktivních technologií v ČR. Zaštiťují jej agentury Advertico a Mezanin a jejich společný projekt UGO!, prezentovaná řešení využívají materiály firmy 3M.

K vidění jsou tu virtuální 2D hostesky, tvarové projekční instalace, interaktivní multidotyková řešení či realizace vhodné pro vybavení interiérů. „Fotografie či videa dotekových

(Pokračování na stránce 2)

HP Latex demodny

Společnost HP uspořádala ve své evropské centrále a democentru společnosti v městě ku St. Cougat nedaleko Barcelony akci s názvem „Dny Latexu“. Tento název skrýval dva dny zaměřené na latexovou technologii HP, která má za sebou po dvou letech existence 2000 instalací po celém světě.

Open house byl zaměřen na nové poznatky, nové aplikace a nové trhy, které může latexová technologie oslovit. Účastníky akce byli zákazníci a odborníci z HP z regionu CEE a EMEA, tedy Evropa, střední východ a Afrika. V první prezentační části hovořil Wayne Davey – obchodní manažer HP pro EMEA. Pozitivně zhodnotil přínos, který latexová technologie pro trh a pro HP přinesla a velmi ocenil „zelený – ekologický přínos“ této technologie. Následovali prezentace zákazníků z Belgie a Švýcarska a následné technické příspěvky HP produktových manažerů na technologie a materiály. Druhá část semináře byla věnována praktickým ukázkám a prohlídce Hewlett Packard showroomu. V St. Cougat si může zákazník uvažující o digitálním tisku (malo- i velkoformátovém) udělat komplexní představu o výkonu, kvalitě i nákladovosti jednotlivých zařízení. HP disponuje po akvizicích společností Scitex, Nur a Colorspan nejširším portfoliem digitálních tiskáren a je schopno najít správnou technologii pro požadovanou zákaznickou aplikaci.

V democentru jsou k vidění všechny modely latexové technologie – tedy LX25500, LX-600 a LX-800. „V Čechách a na Slovensku jsou k dnešnímu dni zhruba dvě desítky latexových tiskáren a všechny si našly své místo na trhu a jsou u zákazníků velmi dobře ceněny z pohledu kvality výstupu, ale i nových a zajímavých aplikací. V ČR byla dokonce umístěna první středoevropská 3,2 metru široká latexová technologie ve firmě KON-KYS,“ říká David Hlaváč, product manažer HSW Signall.

Galerie Harfa v provedení VM Factory

Galerie Harfa je nové obchodní centrum v Praze-Libni. Na fasádě budovy jsou umístěna tři velká loga. Jejich rozměry přesahují 11 m. Výrobou a montáží těchto reprezentativních log byla pověřena firma VM Factory, která je nejen výrobcem, ale rovněž autorem originálního designérského řešení. Logo Galerie Harfa se skládá ze tří částí; dvou odlišných nápisů a harfy. Bylo nutné tyto prvky sjednotit technologickým postupem tak, aby působily celistvě a evokovaly grafickou předlohu loga. Je zde propojena technologie prosvětlených krabicových písmen s technologií, která využívá efekt odkryté linie neonových trubíc. Oba nápisy jsou vyrobeny ze samostatných krabicových písmen. Korpusy jsou z tvarovaného Al plechu a čela z frézovaného plastu. Plastová čela jsou do písmen vsazena a upevněna tak, aby celá plocha díky byla bez kontury. Boky písmen jsou upraveny nástřikem do stříbrné barvy. Světelné zdroje pro prosvětlení písmen jsou vlastní produkty firmy VM na bázi LED diodových modulů – Diffex systém.

Technologicky nejsložitější částí loga byla výroba piktogramu harfy. Korpus rámu harfy zachovává základní technologický princip prosvětlení krabicových písmen. Vzhledem k jeho rozměrům ho však bylo nutné rozdělit na dvě poloviny a vyřešit co nejsnadnější spojení dílů při montáži. Složitě řešení představovala rovněž manipulace s takovými rozměrnými, ale velmi tenkými tvary. Nad prosvětleným korpusem harfy jsou umístěny struny. Ty jsou vyrobeny z barevných neonových trubíc ukotvených na plochých kovových frézovaných překladech. K rozhodnutí umístit vedle sebe Diffex systém a neony vedla výrobce jejich výrazová odlišnost. Využití neonové trubice jako barevné struny se přímo nabízelo. Navíc firma VM vlastní technologii výroby neonů.

Nové materiály IntelliCoat

Společnost HSW Signall, která je distributorem produktů společnosti IntelliCoat, oznamuje uvedení dvou médií pro velkoplošný digitální tisk. Prvním je backlitový film IntelliCoat DMBL5 a druhým umělecké plátno Magiclée Torino 21G. IntelliCoat DMBL5 je ideální pro podsvícené vnitřní i venkovní aplikace. Tento nejnovější přírůstek do rodiny backlightových produktů nahradí film IntelliCoat DMBF5UV. DMBL5 má saténový povrch a je určený pro potisk pigmentovými inkousty na vodní bázi. Výtisk je okamžitě suchý a voděodolný. Povrch umožňuje bohaté sycení inkousty, což zajišťuje grafice živé barvy a vysoké rozlišení obrazu. Nové a vylepšené Magiclée Torino 21G je plátno, které má vlákno tkané několika vzory, takže je velmi ohebné a lze ho snadno natáhnout na rám i bezpečně zbalit. Plátno je kompatibilní s inkousty na vodní bázi, a to jak dye, tak pigmentovými. Magiclée Torino 21G je ideální pro portréty, reprodukce uměleckých děl, výtvarné umění, mapy, fotografie a interiérové banery.



(Pokračování ze stránky 1)

výloh z londýnských ulic nedokážou zprostředkovat zkušenost, kterou jejich uživatel zakouší in natura. Tento nedostatek snad brzy bude překonán díky narůstajícímu množství veřejných realizací, ale také díky novému showroomu,“ říká Lukáš Trnka z agentury Advertico.

PRE využívá digital Signage

Různé POS materiály použila ve své aktuální kampani společnost Pražská energetika. V hypermarketech Tesco umístila reklamu na nákupní vozíky a digitální obrazovky společnosti POS Media.

Volby přinesly velké prachy

Podle monitoringu agentury TNS Media Intelligence politické strany investovaly během letošního ledna až října do venkovní reklamy v hrubém 344 mil. Kč. To je v meziročním srovnání o 27 % více než minulý rok. Nejvíce do reklamy letos investovala ČSSD, v hrubých cenách celkem 505 mil. Kč, z toho do outdooru 127,7 mil. Kč.

Rollersigns: Reklama ve frontách

Rollersigns promění každé standardní zábrany vstupu (queue management) na vysoce viditelné POS/POP nosiče s flexibilním využitím v každém prostoru.

Jakékoli prostory s vyšší návštěvností se díky jednoduchosti montáže mohou během několika minut proměnit na reklamní plochu. Rollersigns byl navržen a konstruován pro vnitřní i venkovní využití. Proto je vhodný například i na silniční závody, golfové turnaje anebo při oddělení front v prostorách multikin, odbavovacích halách letišť a podobně.

Naprostá univerzálnost celého nosiče dovoluje využít bannery z nejrůznějších materiálů. Neopomenutelnou výhodou je snadná montáž/demontáž a výměna banneru, prostřednictvím které se Rollersigns stane nepostradatelným pomocníkem, ať již jde o celoroční pozvání do kavárny nebo o fotbalový zápas konaný každý týden mezi jinými mužstvy.

Golem v Táboře nově

Firma Golem Reklama přestěhovala tábořskou pobočku do nových prostor. Nová adresa je Vozická 2604, Tábor (Areál firmy Dvořák). Oproti původní adrese nabízejí tyto prostory zákazníkům neomezené parkování a příjemné prostředí.

Reklama pro event marketing

Na veletrhu Reklama, Polygraf bude v březnu 2011 nově speciální zóna věnovaná event marketingu. Společně s organizátorem veletrhu M.I.P. Group připravuje projekt společnost

(Pokračování na stránce 3)

Z Benziny bude asi Hvězda

Potvrdily se definitivně dobré zprávy pro signmakingové firmy (Sign 1/2010) o tom, že PKN Orlen, vlastník Benziny, uvažuje o rebrandingu české sítě stanic Benzina a Benzina Plus. Spustil totiž na malém vzorku stanic pilotní projekt pod ekonomickým brandem Star a prémiovým Orlen. Ten bude probíhat po celý rok 2011. Pokud bude úspěšný, projde po čtyřech letech od zahájení posledního rebrandingu Benzina dalším přerodem. PKN Orlen vlastní čerpací stanice v Německu, Česku, Polsku a Litvě, které by měly být postupně sjednocovány právě pod značkou Star.

Nevyhazujte staré fólie

Výtvarný ateliér Tvor z Českých Budějovic přišel na velmi pěkný způsob nakládání s odpadem ze signmakingových firem. Veškeré odpadní materiály využívá na stavbu figurek, které dělají radost v předvánočním období. „Firgurky andělů jsme instalovali na benefční koncert a poté je stěhovali na adventní trhy do E.onu,“ říká Marie Ondříčková z ateliéru Tvor. Výchozím materiálem pro stavbu figurek jsou zbytky airtexu, meshe, krycí fólie z PVC desek a tubus z fólií.



Moduly DX-3: Nové parametry

Společnost Dencop Lighting představuje inovovanou řadu LED modulů s označením DX3, která je kompatibilní pro AC i DC napájení. Jsou dodávány v bílé barvě (6500 K), typ 3 led 15 x 78 mm nabízí standardně také modrou nebo červenou variantu. Díky snadné instalaci a vysoké odolnosti vůči vnějším vlivům je použití LED modulů řady DX-3 skutečně všestranné (např. světelná reklama, písmena, panely, architektonické dekorace, osvětlení interiérů a exteriérů a jiné). Při použití toroidního transformátoru u této řady získá aplikace maximální životnost.

Ve Spandexu se školilo

V nových prostorách pražské pobočky Spandexu se uskutečnil trénink v polepu automobilů. Tentokrát prezentaci a školení předváděli profesionálové ze společnosti Avery za účasti Franka Osterloh, internal account manažera Avery. Kromě základních informací, jako například o přípravě povrchu automobilu před samotným polepem nebo jaké jsou aplikační techniky pro rovné a 3D povrchy, měli návštěvníci možnost vidět praktické ukázky polepu a osobně si vyzkoušet například polep náročnějších částí vozidla (prolisy, konvexní a konkávní místa).



AČRA zveřejnila nominace na cenu Metro Zlatá pecka

Asociace českých reklamních agentur a marketingové komunikace (AČRA – MK) zveřejnila na www.zlatapecka.cz 50 nominovaných prací na cenu Metro Zlatá pecka. Vítěze 20 cen vyhlásí v únoru příštího roku. Porota v čele s dvěma zástupci ze zahraničí – Michaelem Meierem, prezidentem evropských nezávislých marketingově-komunikačních sítí E3 Network, a generálním ředitelem německé agentury Schindler Partner, je vybrala začátkem prosince. Letos se o tuto cenu ucházelo 206 prací od 42 agentur, 8 z nich je ze Slovenska. I v tomto ročníku se uskuteční hlasování veřejnosti na webu generálního partnera Metro.

Áčko z Frymburka

Reklamní nosič ve standardizované podobě pro široké uplatnění u různých typů zadavatelů představila společnost Reklama Frymburk. Z jihočeského městyse na Lipenské přehradě pochází dřevěné áčko, které kombinuje luxusní vzhled s poměrně příznivou cenou.



2012: O 460 billboardů méně

Ředitelství silnic a dálnic (ŘSD) nehodlá již prodloužit smlouvy provozovatelům reklamních ploch u dálnic, rychlostních komunikací a silnic I. třídy. V roce 2011 má přitom skončit hlavní kontrakt společnosti News Outdoor uzavřený na 467 billboardů a 23 mostů podél dálnic D1, D2, D5 a D11. News Outdoor v současné chvíli prodává reklamu na 1350 plochách u dálnic, rychlostních komunikací a silnic I. třídy, z tohoto počtu ploch má firma podle ŘSD podél dálnic 606 reklamních nosičů, v roce 2012 tedy přijde o tři čtvrtiny ploch.

(Pokračování ze stránky 2)

Schwarz & Partner. Prezentovat se budou event agentury, kongresová centra, hotely a poskytovatelé komplexních služeb pro semináře, konference, veletrhy, kongresy a další akce. Hlavním cílem je ukázat široké spektrum nabídky v tomto oboru – od originálních firemních akcí až po netradiční nebo adrenalinové teambuildingy.

POS Media jde do Olomouce

První obchodní centrum si do svého portfolia připsala POS Media ČR. Od tohoto týdne nabízí reklamní aktivitu v Obchodním centru Olomouc City. Zprostředkuje ochutnávky a další promoaktivitu v celém prostoru nákupního centra a také polep vstupních dveří či podlahovou grafiku v prostoru za vstupem do centra. Návštěvnost centra je 250 tisíc osob za měsíc.

Handy Media expanduje

Společnost Handy Media od ledna příštího roku zvýší počet reklamních držadel v Polsku o 8000 kusů. Počet modelů v MHD se rozšíří ve městech Varšava, Broclav a Poznaň. Nyní probíhají jednání o dalších městech,“ sdělil Jiří Otava, jednatel firmy.

Firmy využijí výzkumné akce

Promotion akce HILCD s názvem Winter Storm: tříměsíční kampaň od prosince do ledna příštího roku, spojená s průzkumem dat od Cegedim Strategic Data, se zúčastní Henkel, Reckitt Benckiser, Nestlé, Coty, Beiersdorf, L'Oréal, GSK, Zentiva, Hyundai a Subway.

Billboardy u dálnic do r. 2019

Společnost News Outdoor uzavřela s ŘSD letos na jaře tři nové smlouvy, na základě kterých může provozovat 80 reklamních ploch u dálnic D5 a D8. Tento kontrakt má vypršet až v roce 2019.

Firmě se tak částečně kompenzuje ztráta billboardů u dálnic vznikající v souvislosti s neprodloužením smluv s ŘSD, které mají vypršet během následujících dvou let.

Operátoři vsázejí na zábavu

Mobilní operátoři Vodafone i T-mobile se soustředili na netradiční využití tradičních médií firmy JCDecaux. Vodafone vizuály stromčeků polepil zastávky a připomněl se i v CLV, které ozdobil větvemi z pravého stromku doplněné vtipnými hláškami.

T-Mobile využívá Chucka Norrisa, přičemž do CLV vkládá různé předměty odkazující na vtipy v něm spojené, zastávky pak doplňuje nástavbou.