

„Duháč“ je zase tady

Připravili jste zajímavou reklamní realizaci? Oborová soutěž o nejlepší signmakingovou realizaci Duhový paprsek je opět tady. Přihlásit můžete jak komerční, tak nekomerční realizaci napříč celým oborem. Soutěží se v následujících pěti kategoriích – světelná reklama, outdoor reklama, indoor reklama, mobilní reklama a POP/POS reklama.

Prezentace všech přihlášených prací budou zveřejněny jak na webu veletrhu Reklama, Polygraf, tak na internetové prezentaci Sdružení dodavatelů pro Signmaking ČR, které je generálním partnerem této akce. Na veletrhu budou vystaveny fotografie všech realizací a také zde proběhne vyhlášení vítězů. Přihlašovatel a jeho realizace budou jmenovitě uvedeny v katalogu veletrhu. Vítězné práce následně představí veřejnosti časopisy Sign a Marketing & Media, jež jsou tradičně mediálními partnery soutěže. Uzávěrka prací je stanovena na 13. února 2011. Více o podmínkách soutěže na: www.reklama-fair.cz nebo www.sign-sdruzeni.cz.



Značkové LED z Koreje

Společnost Rex se rozhodla dovážet LED moduly pro prosvětlení světelných reklam a plastických písmen. Jedná se o výrobky korejské výroby s garantovaným osazením chipy značek Samsung nebo Itswell. Tyto moduly nevyžadují stejnosměrné napětí. Není tedy nutné využívat elektronické transformátory, které jsou častým zdrojem poruch. Pro napájení je možné využít i toroidní transformátory se stabilizací střídavého napájecího napětí 12V.

V nabídce jsou i speciální malé moduly pro výrobu malých reklam a bloků LED písmen. Moduly se dodávají v bílé barevnosti.

Tuning s Mactacem za méně

Lepší a za nezměněnou cenu. To je nová generace tuningové fólie Mactac TF Carbon Fibre pro polep dopravních prostředků imitující karbonové vlákno.

Fólie totiž doznala pro rok 2011 změny v lepidle. Nyní je tento materiál opatřen podkladovým BF linerem. To znamená, že se z permanentního lepidla s nízkou počáteční lepidlostí stává Bubble Free lepidlo, které výrazně usnadňuje aplikaci při suchém lepení. Samolepicí karbonová fólie je materiál z řady tuningových filmů určených k dekoraci automobilů, ale také elektrotechniky, nábytku a všeho, co vyžaduje high-tech vzhled. U distributora HSW Signall je k dispozici v rolích s šířkou 152 centimetrů a v návinu 25 metrů. Životnost materiálu je pět let. Řadu tuningových fólií Mactac TF tvoří i dva další zajímavé materiály – bílá matná a černá matná. Ty jsou k dispozici v rolích s šířkou 152 centimetrů a v návinu 50 metrů. Jejich životnost je pět až deset let.



Předplat'te si SIGN

www.economia.cz/predplatne

economia
OBSAH ROZHODUJE

Fotky na latexu

Společnost Cat Cut, která investovala přibližně před rokem do ekologické latexové tiskárny HP L65500, nabízí nově tisk plakátů ve vysokém rozlišení až do šířky 226 cm a libovolné délky z jediného kusu fotopapíru. Umožňuje to uvedené zařízení v kombinaci s novým materiálem na trhu (gramáž zhruba 200g/m²). Výhodou této tiskárny je možnost tisku ve vysokém rozlišení a v excelentní barevnosti na textilní materiály (polyestery, bavlnu) až do šíře 260 cm. Tyto textilní produkty jsou ideální na interiérové dekorace a prezence. Vypadají opravdu luxusně a nesmrdí.

GfK bude také měřit emoce

Výzkumná agentura GfK rozšiřuje metody a klientům od února nabídne také měření emocí. Tzv. neuroscience v marketingovém výzkumu začíná do svých služeb zařazovat stále více agentur. V roce 2010 svým klientům metodologii neuroscience představila například agentura Confess, neuroscience však využívá například i Millward Brown či Phd.

Workshop POPAI

POPAI CE pořádá odborný workshop POP Advertising Display Power. Uskuteční se 27. 1. 2011 od 14 do 16.30 hod v přednáškovém sále společnosti Ipsos Tambor (3. patro), Národní 6, Praha 1. V rámci workshopu budou detailně prezentovány výsledky nového unikátního průzkumového projektu POPAI CE, který se zabýval testováním vybraných podla-
(Pokračování na stránce 2)



HP Scitex FB500 – vytvořte si více příležitostí

Rychlý a vysoce kvalitní tisk na prakticky všechna rolová a desková média. S komfortní obsluhou a malými nároky na pracovní prostor. Nyní máte možnost vyzkoušet jej v našem pražském showroomu.



H·S·W
Signall

ŘSD nemůže plochy odstranit

Ředitelství silnic a dálnic (ŘSD) neodstraní tolik billboardů z okolí tuzemských dálnic a rychlostních komunikací, kolik původně plánovala (během jara 2011 chtěla odstranit pětinu z 2200 ploch). Vznikly totiž problémy s odstraňováním reklamních ploch, jež jsou postavené načerno či nesplňují dopravní předpisy. „Na řadě míst, kde jsme se domnívali, že jde o černé reklamy, zjišťujeme, že nejsou umístěny na státních, ale soukromých pozemcích. Nemáme tedy právo tyto reklamy odstranit,“ vysvětluje Martina Vápeníková, mluvčí ŘSD, překvapivý fakt. Podle Vápeníkové je poblíž silnic první třídy postaveno na soukromých pozemcích 80 % billboardů. Černé plochy tak dál budou kazit jméno outdoorové reklamě a ohrožovat řidiče.

Značení pro brněnský orloj

V Brně před časem vyrobila a osadila firma Prima Blansko totem s doplňujícími informacemi k tzv. orloji – stroji času, který stojí na náměstí Svobody. Základ prvku tvoří ocelová pozinkovaná konstrukce, na níž jsou připevněny smaltované plechy s technickým popisem. Návrh pro Brněnské kulturní centrum obstarala architektonická kancelář Hrůša & spol.



Tipy a triky s grafickými fóliemi na Reklamě

Společnost 3M Česko, divize komerční grafiky, pořádá v rámci veletrhu Reklama, Polygraf další ročník úspěšné konference věnované polepu aut grafickými fóliemi. Budou zde představeny techniky správné aplikace fólií a také novinky na trhu v této oblasti. Dnem budou provázet zahraniční hosté z Německa – jedni z největších specialistů na polep vozů. Konference je určena jak profesionálům, kteří si chtějí zopakovat a vylepšit své dovednosti, tak začínajícím aplikátorům, kteří se teprve s fóliemi a technikou lepení seznamují. Konference proběhne první den výstavy 23. 3. 2011 ve střední hale Průmyslového paláce. Na konferenci je nutná akreditace.

Druhý den veletrhu můžete navštívit další prezentaci v režii 3M Česko s názvem Projekce naopak – Vikuiti. Pomocí fólie Vikuiti můžete nyní proměnit téměř jakýkoli transparentní povrch v projekční obrazovku. Jakékoli okno nebo skleněná přička může sloužit jako plocha pro digitální multimediální projekci. O technologii vlastní zpětné projekce a o možnostech širokého využití v reklamě nebo při různých eventech se můžete více dozvědět na přednášce, kterou budou provázet specialisté v oboru. K vidění budou různé interaktivní i neinteraktivní realizace.

L'Oréal z Olomouce

Firma Grapo z Olomouce vyrobila pro klienta, kosmetickou firmu L'Oréal, prodejní a prezentační stojany. Celkem se jedná o dodávku 15 kusů. Vnitřní konstrukce stojanu je z hliníku, podstavec a límec z plastu. Tělo tvoří Dibond, moderní vzhled doplňuje sklo a o viditelnost se stará prosvětlení LED halogenovými světly.



Inovovaný Kömatex New

Nabídka deskových materiálů Spandexu byla doplněna o nové potisknutelné desky z dílny společnosti Kömmerling. Kömatex New představují nové potisknutelné PVC desky, které nahrazují jejich předchůdce Kömatex. Životnost těchto desek je pět let, hustota 0,60 g/cm³ je stejná pro všechny tloušťky. V současnosti probíhají zkoušky nehořlavosti a očekává se třída B1/M1 pro tloušťky 1 až 10 mm. Kömatex New splňuje podmínky REACH standardů (EG 1907/2006) a také EU Direktivu 76/769/EEC, která vstoupí v platnost od 1. 1. 2012.

Debond v novém rozměru

Pro lepší využitelnost materiálu a eliminaci prořezu nabízí společnost Dencop Lighting hliníkový panel také v šíři 2 metry v provedení barev bílá/stříbrná. Tloušťka desky 3 a 4 mm, AL 0,3 a 0,5 mm. Je ideálním materiálem pro opláštění budov, výplně zábradlí, dekorativní obložení. Jeho použití je vhodné také v městských mobiliářích (zastávky, lavičky, reklamní tabule). Konstrukčně nezatežuje stavbu, může být ohýbán a zakřovován. Jednoduché obrábění, formátování a stříhání.

(Pokračování ze stránky 1)

hových stojanů a zkoumal vliv změn jednotlivých parametrů stojanů, s nimiž pracuje zadavatel reklamy a zástupce maloobchodu a které mají vliv na úspěšnost či neúspěšnost POP displeje v prodejních místech. Průzkum byl realizován jako kombinace případových studií na značkách a stojanech Coca-Cola a Snickers. Testy reálné prodejní úspěšnosti pak proběhly v hypermarketech Interspar.

Hvězda 3D ocení i pivní sklenice

Asociace 3D reklamy (A3DR) vyhlašuje v rámci oborové soutěže Hvězda 3D novou kategorii Pivní sklenice. Garanti nad novou ročníkovou kategorií převzalo Sdružení přátel piva. „Jsme si vědomi, že design pivních sklenic se nevyvíjí tak rychle, aby bylo možné pořádat smysluplnou soutěž každý rok, ale myslíme si, že nyní nastal právě ten okamžik, kdy je vhodné takové porovnání toho, co je na českém trhu k vidění, zorganizovat. Stejně téma, tedy pivní sklo, se v kategorii ročníku Hvězdy 3D reklamy může příště objevit nejdříve zase až za pět let,“ vysvětluje manažer soutěže Radomír Starý.

Brand Power se mění

Výzkum Brand Power, zaměřený na vnímání potenciálu a síly značek, se změní v Brand Scan. Výzkum bude obsahovat základních patnáct segmentových kategorií, další bude možné doplňovat podle zájmu klientů. K dosavadním otázkám týkajícím se vnímání značek přibude focus týkající se zákaznické loajality, cenové citlivosti a brand equity. Výzkum bude nadále vznikat ve spolupráci výzkumných společností Ipsos a agentury Fabrika. V nové podobě by se měl představit v únoru.

Onyx Vision vysílá v Jihlavě

Společnost Onyx Vision, která provozuje síť LCD obrazovek v pražských fakultních nemocnicích Motol a Královské Vinohrady, zahajuje vysílání také v Jihlavě. Zde je nyní k dispozici 42 obrazovek. Vysílání je ozvučeno soustavou směrových reproduktorů. Reklama je možná ve formátech videospotu či baneru, ceník je na denní bázi.

BigMedia osadila most

Společnost BigMedia zařadila do nabídky nové médium: backlightovou bránu na pražském Chodově. Jedná se o backlightovou konstrukci umístěnou na komunikaci 5. května na příjezdu do Prahy i z Prahy. Nový nosič má rozměr 44,2 x 1,95 m.

reklama
polygraf
2011

www.reklama-fair.cz

23.–25. 3. 2011

Výstaviště Praha – Holešovice

...součástí veletrhu je konference

tipy a triky s grafickými fóliemi.

Pořadatel
konference:

3M

Sihl backlit u Multiexpa

Multiexpo zařadilo nově do nabídky backlit film Sihl 3566. Sihl Aurolux 3566 je lesklý polyesterový frontprint film o tloušťce 150 mic. Je určen pro eco-solventní, solventní, latexové tiskárny a vhodný pro interiérové a exteriérové použití.

Tento produkt doplňuje již tak široké spektrum v sortimentu materiálů pro prosvětlené aplikace. Cena materiálu je 110 Kč/m². Matný coating na zadní straně zlepšuje celkový vjem při prosvětlení a krátká doba schnutí urychluje celý tiskový proces. V neposlední řadě je výhodou šíře 1,52 m, kterou někteří zákazníci požadují. Standardní šíře je 1,37 m s návinem 30 m.

Rex rozsvítil Svítidla Orion

Pro nově budovanou prodejnu svítidel Orion na Karlovarské ulici vyrobila společnost Rex střešní reklamy. Na střešním pylonu jsou osazeny čtyři znaky Orion formátu 3 x 3 m. Loga jsou vyrobená z hliníku. Obvodová linie loga je vyrobena s podsvětlením – světelnou korunou. Střední díl je prosvětlen. Pro prosvětlení a podsvětlení byly použity LED moduly a strip pásky. Loga jsou instalována na podkládaném panelu z Debondu. Jednotlivé panely jsou osazeny na nosné žárovy zinkované konstrukci. Směrem k dálniční spoje pak bylo osazeno logo Orion formátu 7000 x 2000 mm. Toto logo je také osazeno na nosné ocelové konstrukci.



Axom zve na Euroshop

Firma Axom Kladno zve všechny zájemce na výstavu Euroshop, která se koná v Düsseldorfu ve dnech 26. 2.–2. 3. 2011. Představí se zde výrobce PMMA desek Perspex, společnost Lucite International, již je Axom na českém trhu autorizovaným distributorem.

Lucite zde představí některé novinky a bude prezentovat možnosti použití desek Perspex. Na stánku lze získat zcela novou dokumentaci připravenou pro tuto příležitost a návštěvníci se mohou zúčastnit soutěže o iPad. Expozici firmy Lucite naleznete na stánku A43 v hale číslo 5.

Billboard čistí vzduch

Mediální agentura Attention!Media ve spolupráci s Media Service a Big Media připravila unikátní outdoorovou kampaň – billboard čistící vzduch. U pražské magistrály, zatížené extrémně hustým provozem, umístila pro klienta Nano Energies big board, který čistí vzduch. Reklamní plocha je natřená speciálním nano nátěrem, jenž zbavuje okolní vzduch zplodin a s pomocí slunečního záření je mění na vodu a CO₂. Dominantním vizuálem billboardu je logo Nano Energies, doplněné o headline „Tato reklama čistí vzduch. Naše energie ho neznečišťuje“. Společnost Nano Energies se specializuje na obchod s elektřinou vyrobenou z obnovitelných zdrojů, především ze slunce.



Nanonátěr je českým vynálezem Jana Procházky a jeho otce. Produkt Aktivní štít FN1 je speciální fotokatalytický nátěr, který pomocí nanočástic čistí vzduch od škodlivin a alergenů. Asociace inovačního podnikání ČR ho nedávno ocenila čestným uznáním v soutěži Inovace roku 2010.

Video z instalace je možné zhlédnout na: http://www.youtube.com/watch?v=W5mFKC17_XA.

Promoce ničí řetězce

Spotřebitelské promoce, které v roce 2010 ovládly český maloobchod, mají negativní dopad i na samotné řetězce. Podle Zdeňka Skály z Incomy GfK ovlivňují promoce image i důvěryhodnost řetězce. „Orientace na cenu však vede k nezamýšlenému důsledku – spotřebitelé paradoxně začínají o nákupu více přemýšlet a nakupovat méně,“ vysvětlil Zdeňek Skála. Promoce, které měly zvýšit objem nákupů, tak mohou v důsledku jejich objem snížit a ještě prodloužit stagnaci maloobchodu.

KB využila TruckBoardy

Komerční banka (KB) zapojila do podpory produktů v segmentu malého a středního podnikání kamiony, pro něž byly speciálně vytvořeny nové vizuály. Do kampaně bylo celkem zařazeno dvacet truckboardů, které v barvách KB jezdily po republice. Kreativitu připravila Euro RSCG, na kampani spolupracovali agentury Media Service a PHD.

Vzniká Brand Academy

Lucia Tarbajovská, bývalá marketingová ředitelka T-Mobile a Milan Hladký, který donedávna řídil kreativní tým slovenské Vacu-lík Advertising, spouštějí projekt Brand Academy. Podle slov zakladatelů vznikla Brand Academy v reakci na dynamicky se měnící trh, který si žádá stále více lidí, jež baví hledat nové cesty v strategickém budování značek. Webovou prezentaci projektu vytvořili Loosers. Kromě webových stránek využívá Brand Academy prezentaci na Facebooku a Twitteru.

Outdoor letos vzroste o 8 %

Podle prognózy MagnaGlobal ze skupiny Interpublic i v dalších letech zůstanou nejvýznamnějšími trhy pro venkovní reklamu USA, Británie, Francie a Japonsko. Rychlý růst OOH trhu bude patrný nejen v Indii a Číně, ale také v Jižní Koreji a Filipínách. S větším nárůstem outdooru se naopak nepočítá v Brazílii a Rusku, kde je snahou vlád venkovní reklamu omezit. Celkově došlo podle MagnaGlobal ve světě v roce 2010 k růstu venkovní reklamy o 6,4 %, pro rok 2011 agentura předpokládá 7,9% nárůst.

PRINT
expo

3.–6. 5. 2011
Brno – Výstaviště, Česká republika

Více informací o veletrhu a cenách: www.printexpo.cz

Elektronická příloha časopisu Sign. Vychází čtrnáctidenně. Registrován pod ISSN 1801-4984. Kontakt: Sign, Economia, a.s., Dobrovského 25, 170 55 Praha 7; Václav Loubek, šéfredaktor, tel.: 233 071 632, <http://www.signmagazine.cz>, vaclav.loubek@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 Economie, a.s., je zakázána jakákoli další publikace, přetištění nebo distribuce (tištěnou i elektronickou formou) jakéhokoli materiálu nebo částí materiálu zveřejněného v tomto PDF servisu. Společnost Economie, a.s., využívá agenturní zpravodajství ČTK, která si vyhradzuje veškerá práva. Publikování nebo šíření obsahu ze zdrojů ČTK je výslovně zakázáno bez předchozího písemného souhlasu ze strany ČTK.