

Grep Design pro Sony

Spolupráce Sony a reklamní agentury Grep Design probíhá už déle než pět let. Nejzajímavější, zároveň však nejobtížnější projekty se týkají podpory v místě prodeje. Zatím poslední zakázka tohoto druhu zahrnovala kompletní design, vývoj, výrobu i následnou distribuci modulárního systému určeného pro prezentaci sluchátek Sony MDR ve vybraných hypermarketech po celé Evropě. Jedná se o koncept tzv. Touch&Try zóny, který umožňuje zákazníkovi si produkty nejen prohlédnout ale i vyzkoušet a vzájemně porovnat. Systém, který Grep včetně zabudovaného bezpečnostního systému pro Sony speciálně vyvinul, zahrnuje tři typy modulů, které je možné libovolně kombinovat. Dva z nich obsahují jednotku s Walkmanem Sony a kabelem pro připojení vlastního přehrávače. Ovládání je intuitivní s možností nastavení hlasitosti. Při vývoji modulů myslel Grep i na detaily – zrcátka (jak zákazníkovi sluchátka sluší) nebo samonavíjecí systém kabelů (proti zaplétání šňůr). Pouhé tři týdny stačily Grepu, aby vyvinul první prototyp. Během následujících šesti týdnů se vyřešily veškeré funkční detaily (materiál, zabezpečení, navijení, napájení atd.) a mohlo se přistoupit k výrobě. Projekt následně zahrnoval i přípravu podpůrných materiálů – support page, videonávod, popisky vč. jazykových mutací, textilní bannery atd. V současné době se vyrobené modulární systémy distribuují do 13 zemí Evropy. V ČR je můžete vidět například v síti Makro.



Canon a Océ: 3750 m² na Drupě

Canon připraví na letošní veletrh Drupa (3.–16. května 2012, Düsseldorf) největší stánek v historii jeho účasti na veletrhu (hala 8a, stánek C06-1) – o velikosti 3750 m². Stánek bude rovněž zahrnovat Océ, jakožto součást skupiny Canon. Obě firmy představí návštěvníkům ucelené portfolio produktů a profesionálních řešení. Stánek Canon bude na veletrhu Drupa čtvrtý největší a bude dominovat hale 8a. Cílem expozice je inspirovat zákazníky, aby vnímali věci v širších souvislostech a uvědomili si, jaké obchodní příležitosti se jim nabízejí, zejména v perspektivní oblasti komunikace napříč médii. Společnost Canon představí inovativní aplikace a zdůrazní úspěchy svých zákazníků. Kromě toho také představí výsledky nového průzkumu a ukáže, jak lépe porozumět zákazníkům, kteří si tiskové služby kupují.

Díky spektru technologií Canon a Océ, od pořizování snímků po jejich tisk, budou mít zákazníci přístup k širokému portfoliu inovativních profesionálních tiskových produktů a tiskových řešení. Canon má řešení pro každého, ať již jsou požadavky jakékoli a zákazníci potřebují černobílý nebo barevný tisk, inkoustové nebo tonerové tiskárny, vysokorychlostní tisk nebo vynikající kvalitu, formát A4 nebo velký formát, samostatné tiskárny či výkonná multifunkční zařízení s produkčním workflow. „Hloubka odborných znalostí a technologií, které nyní mohou Canon a Océ nabídnout, je opravdu strhující. Tímto tedy všechny návštěvníky veletrhu Drupa, kteří hledají inspiraci, zvou na stánek Canon. Přesvědčí se zde, že tisk je něco mnohem víc než pouhé tisknutí dokumentů. Rovněž zde budou moci sledovat nejnovější Canon a Océ technologie v akci a od nezávislých obchodních konzultantů získají cenné rady, které jim pomohou lépe porozumět jejich vlastním zákazníkům. Přidáte-li k tomu více než sto příběhů úspěšných zákazníků a tiskové aplikace, neměl by náš stánek minout žádný návštěvník, který hledá nové příležitosti k obchodnímu růstu,“ říká David Prescott, ředitel pro profesionální tisk, Canon Europe.



Mimaki UHF 3042FX - Digitální stolní tiskárna

uvidíte na veletrhu Reklama – Polygraf 2012

výstaviště Praha - Holešovice 20. - 22.3.2012

stánek 143LK a 166LK



Leading Brands
for Graphic Solutions

Jac u WS-film

Firma WS-film nadále prodává plotrové fólie Jac v metráži. Jedná se o ekonomické fólie řady Serical v lesklém a matném provedení, vybrané odstíny střednědobé polymerické fólie Serisign a tradiční přenášecí fólie jac s podkladovým papírem.

TBWA pro Vichy

Reklamní agentura TBWA\Praha a její dceřiná firma Tequila\Praha začaly v rámci síťové spolupráce spolupracovat se společností Vichy ČR a Vichy Slovensko. V obou zemích se spolupráce týká veškerých komunikačních aktivit jak existujících značek Liftactiv, Normaderm, Neovadiol, Capital Soleil, tak značek, které Vichy na tyto trhy teprve uvede.

Tequila\Praha se specializuje na oblast přímé a digitální komunikace, interní komunikaci, CRM, loajaltní programy, promoční aktivity a eventy.

Slevín zvolil agenturu Nydrle

Výběrové řízení na kreativní agenturu pro portál Slevín.cz vyhrála agentura Nydrle. Hlavní kritériem výběru bylo vytvoření kreativního návrhu pro rok 2012 a pokračování v komunikaci portálu, který by se rád stal lídrem na trhu agregátorů. Do tendru bylo pozváno celkem šest agentur: Nydrle, Losers, Fabrika, Fast Forward, 1. pozitivní a TBWA.

Zastávky vydávají zvuky

Netradiční tramvajové zastávky s 3D nástavbou klavíru či mraku s bleskem doplněné patřičným ozvučením vyrostly v centru Prahy. Společnost Wüstenrot ve spolupráci s mediální agenturou Media Service Attention Media a kreativní Scholz & Friends Praha prostřednictvím těchto motivů realizuje svou OOH kampaň na plochách JCDecaux, která je ještě doplněna o showcase, na němž je motiv ženy stojící v zatopeném bytě, kde ji seshora kape voda od souseda (v ploše je zabudované akvárium, ve kterém cirkuluje voda, díky čemuž vypadá sdělení realisticky).

Air Bank využívá i OOH

Společnost Air bank se ve spolupráci s mediální agenturou Media Service rozhodla podpořit masivní TV kampaň i kampaní v outdooru. Využila několika doublebigboardů společnosti BigMedia s různými motivy. Společnost se svou komunikací snaží nekonkrétně porovnat s tradičními velkými bankami na českém trhu a oslovit tak jejich nespokojené zákazníky.

embax
27. mezinárodní veletrh
obalů a obalové techniky

28. 2.–2. 3. 2012

Brno – Výstaviště

www.embax.cz

EFEKTIVNĚ / BEZPEČNĚ / EKOLOGICKY

Konáno souběžně s:



BVV
Veletrhy
Brno

Balení, značení, logistika a manipulace na Embaxu

Na výstavní ploše v pavilonu F vyroste technologická linka, ve které se návštěvníkům výstaviště představí moderní stroje a zařízení. Balit se budou oříšky, sáčky poputují do krabic a ty se pak přemístí na paletu a vyexpedují fiktivnímu zákazníkovi. Jedná se o ukázkou celého technologického procesu od balení, značení, lepení, páskování, kontroly až po paletizaci, manipulaci a logistiku s doprovodným odborným komentářem. Kromě balicí linky v akci, která bude spuštěna 4x denně, proběhnou zajímavé přednášky.

První den veletrhu (28. 2.) je také možnost zjistit, kdo bude oceněn Zlatým Embaxem. Vítězové soutěže budou vyhlášeni v rámci slavnostního zahájení a tiskové konference veletrhu.

Z přednášek prvního a druhého dne vybíráme: „Využití produktu Cassida v potravinářských provozech“, prezentováno společností Fuchs Oil Corporation; přednáška sdružení GS1 Czech Republic: „Proč je důležitá kvalita čárových kódů“, nebo „Použití moderních robotů Fanuc nejen v potravinářství“ od firmy ARC Robotics. „Technické prostředky a přínosy automatické identifikace v potravinářských řetězcích“ VŠB-Technická univerzita Ostrava a partnerů Eprin, Gaben a e-Bioneta a „Využití laserového výseku etiket pro značení potravin“. Součástí této přednášky společnost Gaben slosuje účastníky celodenní ankety o atraktivní ceny.

Třetí den (1. 3.) pak velice zajímavá prezentace: „Obal – láska na první pohled“ – konference o významu a budoucnosti obalu. Diskusi na toto téma zahájí přední odborníci: Jan Čincera, designové studio Cincera, Jana Žižková, pedagoška, odbornice na obal a grafický design, zástupkyně společnosti Janoschka Stolte Prague.

O čem se bude mluvit? Co znamenají slova inspirace, fascinace, tajemství, jednoduchost, vstřícnost, pomíjivost, odvaha a krása pro obalového designéra. Obal v budoucnosti/budoucnost obalu (především v potravinářství a rychloobrátkovém zboží). Proběhnou i case studies zajímavých realizovaných prací.

POS Media otevírá novou pobočku v Německu

Jako součást plánované expanze v zahraničí a následování současných ekonomických trendů otevřela společnost POS Media Europe novou pobočku v Mnichově. Své produkty a služby specializované v segmentu retail nabídne také klientům na německém trhu.

POS Media Germany vznikla spojením s německou firmou andré media specializující se na reklamu v supermarketech. Společnost sídlící v Regensburgu byla založena roku 1979, má přes 500 zaměstnanců a je aktivní ve více než 20 tisících prodejních míst po celém Německu. Spolupráce obou partnerů ve střední Evropě započala již před dvěma lety. André media v novém společném podniku získala 25,1% podíl a POS Media práva integrovat německou maloobchodní síť partnera do svého portfolia.

Nově vzniklá pobočka POS Media Germany nabídne zadavatelům reklamy v místě prodeje sítí německých řetězců. Instorová mediální skupina POS Media již spolupracuje s předními zástupci retailu jako jsou Real, Metro, Kaufland, Rewe i Edeka, a má dlouhodobě úspěšné partnerství s top 100 FMCG značkami jako P&G, Unilever, Nestlé, Coca Cola, Danone a Kraft.

Přestože ekonomická situace v retailu zaznamenává pokles, POS reklama nabývá na důležitosti nejen díky výzkumům, které dokládají, že finální rozhodnutí o nákupu se dějí právě v místě prodeje. POS Media je neustále proaktivní v šíření vědomostí o reklamě v místě prodeje jako o efektivním nástroji marketingové komunikace, inovací svých produktů a komplexním poradenským servisem. „Toto je část plánované strategické expanze, kterou reagujeme na potřeby našich partnerů z řad řetězců i klientů,“ uvádí CEO a vlastník Richard van het Bolscher. „S více než dvanáctiletými zkušenostmi a odbornými znalostmi jsme schopni realizovat reklamní kampaně na německém trhu,“ dodává Bolscher.

Po nové pobočce v Mnichově bude následovat zřízení zastoupení v dalších strategických lokalitách Německa, aby společnost dokázala zajistit služby klientům po celé zemi. Hlavní tým společnosti byl vytvořen a již působí v sídle POS Media Germany.

Radní omezují komerci

Pražští radní se v minulém týdnu rozhodli, že výrazně omezí reklamu a eventy na Staroměstském náměstí v Praze. V loňském roce bylo toto historické místo komerčně obsazeno 330 dní, v letošním roce dojde k razantnímu snížení, povolení získalo jen osm akcí včetně organizace vánočních a velikonočních trhů. Ostatní akce by se měly přesunout do blízkých lokalit, jako je Václavské náměstí, Ovocný trh, náměstí Jana Palacha apod.

Pasáž Myslbek s Arnoldem

Nákupní pasáž Myslbek v centru Prahy má novou image. Celoroční kampaň začala o Valentýnském týdnu soutěžní akcí „U nás má láska zelenou“ s focením u travnaté stěny. Pokračuje in-store komunikační kampaní, kterou doplní web, redesign Myslbek magazínu a další chystané promo akce.

Jednotný styl navrhla agentura Arnold Prague. Diana Moosová, marketingová koordinátorka Myslbeku, slibuje například pravidelné pop up obchody, kde mají být jednou za tři měsíce k dostání designové kousky u nás dosud neznámých značek a návrhářů. Kampaň nafotil Matuš Tóth.

Remmark za jedenáct milionů

Ministerstvo práce a sociálních věcí svěřilo zakázku v hodnotě 10,9 milionu korun agentuře Remmark. Předmětem plnění veřejné zakázky je publicita při realizaci projektu Operačního programu Lidské zdroje a zaměstnanost. Finance plynou z Evropských fondů. Remmark zakázku vyhrál díky nejnižší nabídkové ceně.

Masivní kampaň na Oreo

Společnost Kraft Foods pokračuje ve své kampani na sušenky Oreo. V posledních dvaceti dnech v lednu zrealizovala ve spolupráci s agenturou POS Media poměrně masivní kampaň v maloobchodních řetězcích Albert a Tesco. Kampaň proběhla ve formě instalace Shelf Stopperů, designových palet, prodejních stojanů a promo akcí.

FRANCHISE
MEETING POINT

Největší přehlídka franchisových
příležitostí v ČR!

2.–3. 3. 2012

Brno – Výstaviště

www.bvv.cz/fmp



BVV
Veletrhy
Brno

Duhový paprsek: Uzávěrka na konci února

Organizátor soutěže Duhový paprsek se rozhodl posunout závěrku přihlášek na konec února. Až do 29. 2. tak můžete přihlašovat své nejlepší signmakingové realizace roku 2011. Odborná porota včetně zástupce Signu zasedne začátkem března, vyhlášení nejlepších prací proběhne v rámci doprovodného programu veletrhu Reklama, Polygraf. Práce, které se dostanou na shortlist, budou na veletrhu prezentovány po celou dobu trvání.

Hanton má River Garden

Společnost Hanton světelné reklamy uspěla ve výběrovém řízení společnosti HB Reavis Management CZ, developera objektu River Garden v Praze-Karlíně, na komplexní dodávku orientačního systému a vnějšího označení projektu. River Garden pochází z dílny architektonického studia Helika, stavba bude dokončena v letošním roce. Je součástí nového urbanistického celku River City, který vzniká podél nábřeží Vltavy.

E&Y v Košicích a v Brně

Během února 2012 instalovala Prima Blansko světelné logo na výškové budově Business Centre v Košicích pro známou auditorskou firmu Ernst & Young. Návrh v souladu s grafickým manuálem a technické řešení pro ukotvení na střeše 34 metrů vysoké budovy zpracovali grafik Luděk Potůček a konstruktér Jaroslav Kříž. Uvnitř písmen jsou bílé led moduly Atarion AXT D003. Montáž proběhla bez jeřábu – zároveň zinkovaná konstrukce včetně písmen byla dodána v rozloženém stavu a formou stavebnice složena na střeše. Podobně bylo osazeno i logo v Brně na paláci Magnum. V interiéru jsou osazena logo z nerez oceli.



Ultračirý Mactac

Společnost HSW Signall rozšířila svou nabídku o nový materiál Mactac JT 5409 RUV. Tato polyesterová, 50 µ silná, ultračirá samolepicí fólie pro čírou okenní grafiku je určená k potisku na UV strojích, nejlépe s bílou barvou. Běžné číré fólie nebo laminace jsou se zvětšujícím se odstupem pozorovatele méně a méně průhledné. Mactac JT 5409 RUV je film, který je stále naprosto průhledný, je dostupný v šíři 1,52 m s návinem role 50 m.

Noví členové Popai

Asociace POPAI CE má další dva nové členy. Společnost Quix je kreativní agentura zaměřená především na event marketing s unikátní dispozicí hi-tech prostředků, kterými plnohodnotně nahrazuje běžné sdělovací prostředky a reklamní nosiče. Hlavní misí Quixu je osvobodit reklamu od všednosti a uplatněním těchto pokrokových vynálezů povznést prezentaci a komunikaci až na úroveň „Matrixu“. Nové technologie a interaktivní aplikace Quix neustále samostatně vyvíjí, mnohdy i na míru daného zadání. Svým klientům tak může nabídnout originální způsob prezentace, ať už jde o speciální projekční technologie na konferenci, netradiční poutače pro reklamní kampaně, atypické řešení prostoru a scény užitím inovativních a víceúčelových dekorací, interaktivní zábavu pro hosty či sugestivní multimediální program na akci.

Store Media, která je druhým novým členem, je významným hráčem na trhu v oblasti poskytování specializovaných smyslových marketingových služeb. Tato společnost působí na trhu od roku 2002 a v současnosti nabízí marketingová řešení pomocí nejžádanějších médií, kterými jsou audio-marketing, digital signage, aromamarketing. Primárně se Store Media věnuje výrobě in-store rádií pro obchodní řetězce. Převážná část obchodních řetězců, jako je Tesco, Metro, Billa, Hypernova apod., už dnes disponuje vlastním vysíláním bez rušivých elementů komerčních rádií.

Amundsen destiluje na horách



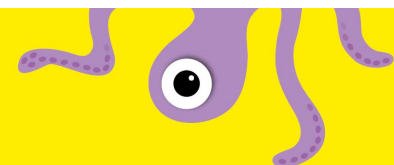
Promotion nazvanou „Destilační šestiboj“ běží o víkendech na českých a moravských horách. Až do poloviny března tu na horských gastro zařízeních nabízejí promotýmy praktické dárky za nákup drinku z portfolia značky. Ty si musí lidé vysoutěžit v zábavných disciplínách. Akce přesaňuje i na facebook a zajišťuje ji OgilvyAction.

Personálie

V nadcházející sezoně dochází ke změnám ve vedení firmy HSW Signall. Všechny tyto kroky vedou k uvolnění kapacit managementu pro zvýšení kvality poskytovaných služeb. Nejvýraznější změnou je nástup Jaroslava Strnady do pozice jednatele a ekonomického ředitele. Jaroslav Strnad byl před dvaceti lety jedním ze zakládajících členů firmy HSW Signware, jejímž sloučením s firmami Signall a Neschen vznikla současná firma HSW Signall. Během této doby se ve firmě angažoval externě při řešení speciálních projektů. Stále rostoucí nároky si nyní vyžádaly jeho plné pracovní nasazení. Výhodou nového ředitele je jeho dlouholetý kontakt se signmakingem, ale zároveň i zkušenosti z jiných průmyslových odvětví. Za svůj hlavní úkol považuje udržení stabilní finanční situace a další zkvalitnění služeb HSW Signall v oblasti logistiky, skladů a distribuce zboží k zákazníkům.

V souvislosti s novými požadavky trhu se dále mění pozice Martina Melína, který opouští svou současnou kumulovanou funkci marketingového a obchodního ředitele. Nadále se bude věnovat výhradně obchodu na pozici obchodního ředitele. Ani tato změna není žádným překvapením. Martin Melín se do funkce obchodního ředitele vrací po osmi letech a hodlá navázat na své předchozí úspěchy. Tím se zároveň posiluje tradičně silný obchodní tým HSW Signall. Jeho cílem je zvýšení tržního podílu HSW Signall.

Novým marketingovým ředitelem se stává Richard Bachora, který na tento post přechází ze své pozice produktmanažera materiálů pro digitální tisk. Jeho svěží duch a praktické zkušenosti vnášejí do marketingu HSW větší orientaci na produkty, kvalitní informovanost a rychlost při zavádění novinek.



www.facebook.com/reklamapolygraf
www.reklama-fair.cz

...uchopte příležitost.

20.–22. 3. 2012

Výstaviště Praha – Holešovice

**reklama
polygraf
2012**

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 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.