

## Editorial

Zima pomalu odchází a do letošního veletrhu Reklama-Polygraf chybí už jen pár měsíců. S tím samozřejmě souvisí i zvýšená aktivita v oblasti přípravy veletrhu. Organizační tým nyní naplno pracuje na akvizicích, přičemž potvrzena už jsou některá známá jména vystavovatelů. Ale veletrh není jen o velkých jménech v katalogu. Připravujeme také zajímavý doprovodný program. Návštěvníci veletrhu jsou už zvyklí, že se něco zajímavého dozvědí a tak oslovujeme významné osobnosti, které slibují na informace bohatý program. V plném proudu je nejen příprava veletrhu, ale i ostatních, s tím souvisejících akcí, obzvláště oborových soutěží Duhový paprsek, Hvězda 3D reklamy a Kalendář roku. Zkrátka, připravujeme pro vás ročník nabitý událostmi.

Zdeněk Sobota, ředitel veletrhu

### Jsme na síti...

Reklama se dnes stále více digitalizuje a přesouvá do sociálních sítí. I my jsme se tudíž rozhodli, že se na tomto trendu budeme více podílet. S tím jsme začali již loni, kdy proběhlo spuštění interaktivního profilu veletrhu na Facebooku. Letos proběhl významný redesign profi-

snaha byla přijata pozitivně. Je to cesta, jak být co nejlíže různým cílovým skupinám a lidem. Náš veletrh není jen o polygrafii, tisku a technických novinkách. Umíme nabídnout spoustu zajímavostí i pro širokou veřejnost a laiky. Proto aktivně využíváme Facebook a připravujeme i další kanály na sociálních sítích," prozrazuje Sobota.

### Tisk je sexy

Každé dva roky v únoru pořádá švýcarská papírenská společnost Hunkeler firemní veletrh s názvem Innovation Days. Akce je zajímavá zejména tím, že se na ní prezentují i další firmy, většinou významní hráči v papírenském a polygrafickém průmyslu se svými řešeními, která prezentují v praktickém nasazení. Letošními výraznými inovacemi byly například digitální tiskárna na malonákladovou výrobu knih od Océ/Canon, zařízení na tisk personalizovaných di-

lu, který přináší i spoustu novinek a zajímavostí. A proč tento profil navštívit a sledovat? Na naší stránce najdete nejen aktuální zprávy z oboru, ale i informace o soutěžích, můžete se také do některé návštěvnické soutěže aktivně zapojit. Navíc se dozvíte více ze života a příprav veletrhu Reklama-Polygraf. Pokud tam zatím nejste, dejte LIKE – <http://www.facebook.com/reklamapolygraf> a sledujte, jak se příprava veletrhu posunuje dále. „Chceme s lidmi diskutovat a to nejen o veletrhu, ale celém odvětví, od designu, trendů z oblasti reklamy, zajímavostí z oboru, až po novinky ve světě. Tato platforma nám otevírá dveře pro spoustu různých aktivit. Připravujeme zajímavé soutěže pro fanoušky, takže je o co stát," dodává ředitel veletrhu, Zdeněk Sobota. Navíc pro komunitu, která si libuje v sociálních sítích je připraven na veletrhu zajímavý doprovodný program. „Letos chceme být hodně inovativní a proto přicházíme i s tímto tématem, které věřím, že zaujme spoustu odborníků i laické veřejnosti," dodává Sobota.

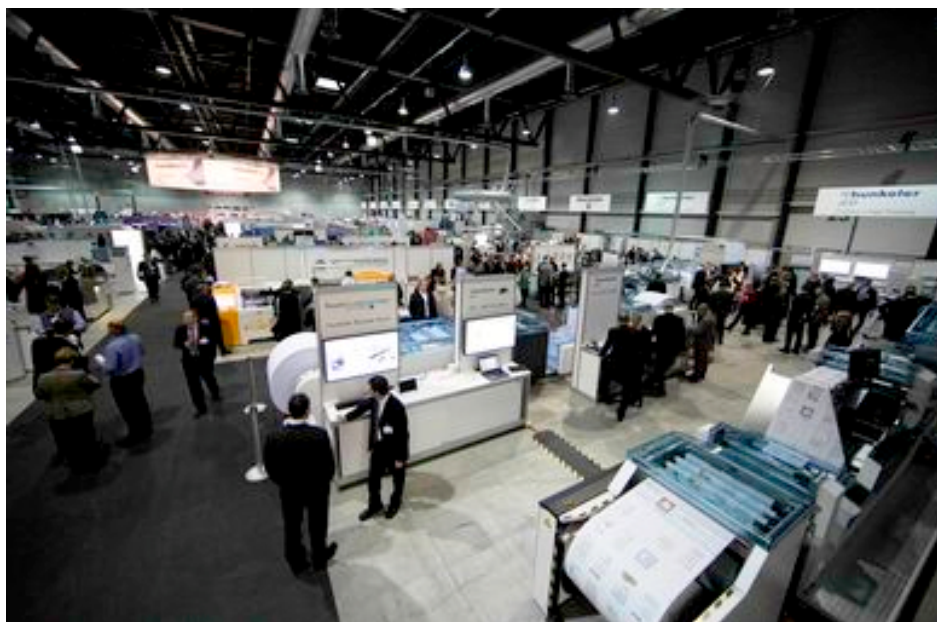
Facebook bude sloužit zejména, jako kanál pro lidi, kteří chtějí vědět více. Interakce, diskuze, vizuální a marketingová komunikace z jiného světa a úhlu pohledu. To vše nabídne profil veletrhu. „Loni jsme Facebook vyzkoušeli a naše

rect mailů od HP nebo malonákladový tiskový systém pro výrobu brožur a knih Heidelberg. Zaujala také digitální rotačka KBA Rotajet 76 s rychlostí tisku 150 metrů za minutu v plnobarvném režimu. Obecně se dá říct, že dnešní tiskové systémy si berou to nejlepší z obou směrů – rychlost ofsetu a variabilitu nízkonákladového digitálního výstupu z inkjetových technologií. Stále více se také setkáváme s integrací tabletů do tiskového workflow, ať už jako přímého ovládače stroje či rozhraní pro služby web-to-print. V podstatě všichni vystavující partneři firmy Hunkeler ukázali sblížení se světem ofsetu a digitálního tisku, zejména při produkci personalizovaných tiskovin. Jedná se o významný trend, který ukázala už Drupa vloni v květnu, a na který naváže i polygrafická část letošního veletrhu Reklama-Polygraf.

### POPAI CE rozvíjí systematickou spolupráci s vysokými školami

POPAI CE dlouhodobě spolupracuje s vysokými školami, jejichž zaměřením je obor marketingu, reklamní grafiky a designu. Cílem těchto ak-

tivitiv je zapojit problematiku in-store komunikace do standardního výukového programu vedle ostatních tradičních formátů marketingové komunikace. Již třetím rokem probíhají přednášky zástupců POPAI CE na katedrách Marketingu, Komerčních komunikací a Retail managementu Vysoké školy ekonomické v Praze. Zároveň proběhly iniciační přednášky například na Vysoké škole ekonomie a managementu v Praze, Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně, Mendelově univerzitě v Brně nebo na Vysoké škole báňské v Ostravě. V současnosti vrcholí roční příprava startu přednášek na téma „POP - In-store marketingová komunikace“ do výukového programu letního semestru na Fakultě sociálních věd (Katedra



marketingové komunikace a public relations) Univerzity Karlovy v Praze. Jedná se ve střední Evropě o historicky první ucelený předmět na toto téma skládající se z deseti výukových modulů včetně terénního výzkumu a závěrečné atestace. Součástí programu spolupráce se studenty je také soutěž POPAI STUDENT AWARD, která probíhá již sedmým rokem. Studenti v soutěži prezentují návrhy realizací v místě prodeje, které vytvářejí dle zadaného briefu od konkrétních partnerů - zadavatelů reklamy. V rámci odborného programu veletrhu Reklama - Polygraf 2013 proběhne workshop pod garancí POPAI CE, který bude věnován úspěšným studentským projektům této soutěže.

### Hvězda opět s veletrhem

Tradiční součástí veletrhu Reklama-Polygraf je soutěž o nejlepší reklamní a dárkové předměty Hvězda 3D reklamy. Návštěvníci se budou moci

podívat na výstavu všech přihlášených prací, na veletrhu se odehraje i závěrečný ceremoniál - udílení cen vítězům. Soutěžní práce je možné přihlásit opět do 16 kategorií, kategorií ročníku je letos „Zelená reklama“, tedy reklamní předmět šetrný k životnímu prostředí nebo vyrobený z přírodních surovin.

Přihlášky a detailní pravidla soutěže je možné nalézt a stáhnout na [www.hvezda3dreklamy.cz](http://www.hvezda3dreklamy.cz). Uzávěrka příjmu přihlášek je 12. dubna. Porota se sejde 24. dubna. Mediálním partnerem soutěže je týdeník Marketing & Media.

### Co skutečně funguje v místě prodeje?

Případové studie novinek z místa prodeje i z dalších míst komunikace se spotřebiteli budou představeny na připravované odborné akci, kterou pořádá POPAI CE 13. 3. 2013 v Bratislavě. V rámci programu budou prezentovány nejnovější realizace od zadání až po jejich implementaci a dopad v in-store.

Druhá část programu nabídne pohled odborníka na současný trh marketingové in-store komunikace a jeho vývoj na Slovensku.

Více informací na:

<http://www.popai.cz/d-2-21-236/Co-skutecne-funguje-v-miste-prodeje.aspx>

## Představujeme vystavovatele:

### František Hanton, Hanton ČR

#### – Proč je pro vaší firmu účast na Reklamě důležitá?

Reklama je jeden z nejstarších veletrhů, kde se schází všichni významní výrobci a dodavatelé pro signmaking. Zároveň je veletrh místem zajímavých prezentací a hlavně novinek z oblasti výroby a prodeje základních materiálů.

#### – Co bude na vašem stánku k vidění?

Na tomto ročníku se chceme zaměřit na materiál od firmy DuPont Corian, který získává uplatnění i ve výrobě interiérů, a také v oblasti výroby reklamy a informačních technologií. Budeme také prezentovat některé realizace zajímavých projektů.

#### – Na co se vy osobně na veletrhu nejvíc těšíte?

Je to jedinečná příležitost potkat dlouholeté přátele, také konkurenci v tom dobrém slova smyslu a hlavně odnést si nové poznatky a kontakty. Na stánku je možnost osobního kontaktu s případnými klienty, který se nedá nahradit mailovou komunikací. Nezanedbatelnou skutečností je porovnání naší produkce s produkcí konkurenčních výrobců.



### Směrnice pro dokončující knihařské zpracování

Chybějící platnou odbornou normu pro dokončující knihařské zpracování si klade za cíl nahradit nově vydaná publikace Svazu polygrafických podnikatelů. Publikace „Směrnice pro dokončující knihařské zpracování“ podává ucelený přehled o technice, technologických postupech a pravidlech při finálním zpracování tištěných produktů. Stanovuje a doporučuje základní technické podmínky, kontrolní mechanismy a hodnoty povolených odchylek v dokončujícím zpracování. Publikace vznikla v licenční spolupráci se švýcarským polygrafickým sdružením VISCOM. Čtyřicetistránkovou knihu je možné zakoupit přes Svaz polygrafických podnikatelů za cenu 100 Kč (školy SPP), 200 Kč (členové SPP) nebo 300 Kč (ostatní zájemci). Objednávky je možné realizovat poštou na adrese SPP – Hálkova 2, 120 00 Praha 2 nebo e-mailem na [svaz.pp@volny.cz](mailto:svaz.pp@volny.cz).