



Clear Channel Poland realizował kolejne kampanie z wykorzystaniem sieci dedykowanych.

W kwietniu na nośnikach citylight najnowszej sieci City DINKs można było zobaczyć reklamy nowej oferty programowej w TVN Siedem. Sieć City Young wybrała natomiast marka Reebok. Kampania TVN Siedem, zlecona przez dom mediowy Starcom, promowała wiosenną ramówkę, z serialami dla młodych widzów. Z kolei akcja promocyjna Reeboka odbywała się w ramach międzynarodowej kampanii „Your move”. Reklamy zlecił dom mediowy Carat.

Firma Avery Dennison Graphics & Reflective Products wprowadziła do oferty nową folię samoprzylepną przeznaczoną na rynek grafiki pojazdowej – Avery Intermediate Wrapping Film. Jest ona oferowana w 15 wersjach kolorystycznych i posiada 5-letnią gwarancję producenta. Folia jest dostępna u autoryzowanych dystrybutorów Avery Graphics.

Na zlecenie klienta multimedialnego operatora telefonii komórkowej Play agencja EM Lab Experiential Marketing zorganizowała pierwszą konferencję sprzedaży marki Play pod hasłem Play Fever, na którą zostali zaproszeni wszyscy przedstawiciele sieci sprzedaży. Konferencja była podzielona na dwie części – prezentację oraz wieczorną galę. Podczas dziennych prezentacji przedstawione zostały wyniki sprzedażowe za ostatni rok i plany na przyszłość. Podczas wieczornej gali prowadzonej przez Piotra Bałtroczyka wręczono nagrody dla najlepszych salonów, sprzedawców i kierowników sieci Play. Po części oficjalnej wieczoru goście zostali zaproszeni do zabawy. Sama impreza została zorganizowana w konwencji Disco Fever.

Odbyła się druga edycja międzynarodowej konferencji Word of Mouth – The Power of Consumers. Zaproszeni przez Streetcom goście Emanuel Rosen (autor biblii marketingu szeptanego – The Anatomy of Buzz), John Hlinko (prezes agencji Grassroots Enterprise), Willem Sudderland, (prezes firmy Buzzer holenderskiej agencji WOM) oraz Emanuel Vivier (prezes agencji CultureBuzz) zaprezentowali swoiste przepisy na skuteczność kampanii, ale przede wszystkim postawili sobie zadanie uświadomienia zaproszonych gości, czym tak naprawdę jest marketing szeptany.

Nowozelandczyk James Stewart zaoferował sprzedaż miejsca reklamowego w postaci tatuażu na swojej własnej nodze. 24-letni absolwent geologii proponuje sprzedaż 1 cm kw. „powierzchni reklamowej” swojej nogi za 500 nowozelandzkich dolarów. Dopuszcza wytatuowanie 2 tys. cm kw., co pozwoli mu zebrać milion nowozelandzkich dolarów (około 750 tys. dol. USA).

Miasto Stołeczne Warszawa i Eskadra Events zorganizowały 1 maja na pl. Defilad w Warszawie Czerwony Pic-Nic. Impreza rozpoczęła się o godz. 13.00 setem muzycznym przygotowanym przez DJ'a Marka Sierockiego. Od godziny 16.00 o nastroje uczestników zadbały wszystkim dobrze znani kaowcy: tow. Michał Ogórek i tow. Bohdan Łazuka, nieustannie wspierani przez tow. Marka Sierockiego. Według wytycznych Krajowego Zarządu ds. Frajdy i Swawoli towarzysze ci zapewniłi starszym okazję do powspominania. Młodszy zaś mogli się dowiedzieć, jak to było w czasach nieodległej przeszłości, która miała zapewnić świetlaną przyszłość. To już II Czerwony Pic-Nic zorganizowany przez Miasto Stołeczne Warszawa i Eskadrę Events. W tym roku po raz pierwszy za komunikację PR projektu odpowiedzialna była Eskadra Publica.

Firma Atrium Centrum Ploterowe obchodziła 15-lecie swojej działalności. Początki firmy związane były z ploterami tnącymi, a boom na agencje reklamowe pozwolił rozwinąć firmie skrzydła. Atrium od początków był związany z belgijsko-japońskim producentem ploterów – firmą Mutoh. Jest też jego wyłącznym dystrybutorem w kraju. W ostatnich latach w ofercie dystrybutora pojawiły się także m.in.: laminarki Kala, plotery RHO UV firmy Durst oraz grandformatowe drukarki Jeti firmy Gandinnovations. Firma ma za sobą już kilka tysięcy instalacji co rzutuje na jej profesjonalizm i ogromne doświadczenie. Na początku 2008 roku firma przeniósł się do nowej siedziby przy ulicy Gostawickiej w Opolu. W budynku o powierzchni kilku tysięcy metrów kwadratowych znajdują się przestronne biura, sale prezentacyjne i szkoleniowe, magazyny oraz linia produkcyjna.

W kwietniu 2008 r. ruszyła nowa agencja muzyczno-eventowa pod nazwą Insenssion Music and Event Agency. Nowa firma jest agencją eventową ze szczególnym uwzględnieniem działalności w obszarze artist management – booking DJ-ów. Insenssion oferuje szeroki wachlarz usług, wśród których znajdują się przedsięwzięcia promocyjno-artystyczne, profesjonalne nagrania studyjne, realizacja kampanii marketingowych ze szczególnym uwzględnieniem ambient media oraz realizacja kampanii PR. Swoją działalność Insenssion rozpoczęła od stworzenia agencji bookingowej Djs.pl. Założycielką agencji jest Aleksandra Bednarek.

Kolejne dwie firmy dostały się do grona autoryzowanych partnerów firmy 3M wykonujących grafiki reklamowe Scotchprint®. Są nimi Polska Grafika Samochodowa specjalizująca się w reklamie na pojazdach oraz Waran, producent wysokiej jakości reklam świetlnych. Autoryzowanymi partnerami 3M są obecnie firmy: Grafico, Abat, Omnidruk, Visotec Socha, Emo-Neon oraz Polska Grafika Samochodowa i Waran.

Agencja Eskadra Marketing Services była odpowiedzialna za organizację i obsługę stoiska wystawienniczego Procter&Gamble Prestige Products podczas Festiwalu Skarby Urody. Festiwal Skarby Urody odbywa się w 8 największych polskich miastach od kwietnia do końca maja. Na stoisku Procter&Gamble Prestige Products przeszkolony zespół hostess prezentował znane i nowe perfumy z linii zapachowych należących do marki. Uczestnicy mogli dowiedzieć się, jaki zapach jest najbliższy ich sercu i głowie, poznać historię i tajemnice zapachów oraz ludzi, którzy je reklamują. Dodatkową atrakcją stanowiła 6-metrowa ścianka wspinaczkowa, na której odważni próbowali swoich sił i zręczności.

Kolacja na środku pustyni, wizyta w starożytnym monasterze i pokaz tańca brzucha to niektóre z atrakcji podczas konwencji Banku Pekao, która odbyła się w Jordani. Przy organizacji całości wydarzenia z bankiem współpracowała agencja Allegro. W V Konwencji pionu bankowości detalicznej Banku Pekao wzięło udział 430 osób – najlepsi pracownicy oraz zaproszeni goście. Podczas gali wręczono nagrody za wyniki osiągnięte w 2007 roku. Agencja Allegro odpowiadała za kompleksową obsługę przy realizacji całego wydarzenia oraz zorganizowanie konferencji, wieczornej gali i zapewnienie atrakcji. W zakresie obowiązków Allegro wchodziła także pełna logistyka, w ramach której do Jordani przetransportowano prawie 10 ton specjalistycznego sprzętu. Przygotowania do projektu trwały ponad 3 miesiące.

Z początkiem maja wielkoformatowa drukarnia Adwiz z Kozłuszek k/Łodzi wzbogaciła swój park maszynowy o solwentową drukarkę DGI XP 3204T, której zakup pozwolił na znaczne zwiększenie mocy produkcyjnej. Potrójna liczba głowic gwarantuje drukarce uzyskanie odpowiedniej prędkości druku. Zastosowanie nowego typu głowic Xaar wysokiej rozdzielczości (360 dpi) zapewnia wysoką jakość druku. Dzięki zastosowanej w drukarce technologii (twardy solwent) koszty druku są niskie. Urządzenie dostarczyła i zainstalowała katowicka spółka Signtech.

Do rodziny ploterów UV Vutek QS 2000 i QS 3200 dołączyły urządzenia w konfiguracji 4- i 6-kolorowej, przeznaczone dla producentów reklam, drukarzy chcących powiększyć park maszynowy o ploter UV o dobrym balansie ceny i oferowanych możliwości. QS 2000 i QS 3200 oferują jakość wydruku z rozdzielczością do 1080 dpi na podłożach sztywnych i elastycznych do szerokości 3.2 m i grubości 5 cm, ze zmianą ze sztywnego na rolę w ciągu kilku minut oraz wykorzystaniem tuszy UV seria QS. Po wprowadzeniu nowych modeli, klienci w zależności od finansów i potrzeb produkcyjnych mogą wybierać pomiędzy urządzeniami w konfiguracji: 4-kolorowej, 6-kolorowej i 7-kolorowej (z białym). W razie potrzeby modele 4- i 6-kolorowe można na miejscu u klienta rozbudować do konfiguracji maksymalnej. Dystrybutorem w Polsce jest firma Reprograf.

Materiał Pos Pro 200 firmy IntelliCoat został po raz kolejny wyróżniony na rynku międzynarodowym. Czytelnicy magazynu „Wide-Format Imaging” uznali folię poliestrową Pos Pro 200 za najwyższej jakości uniwersalny produkt do drukarek wielkoformatowych.

Na Circuit de Catalunya odbyło się Grand Prix Formuły 1. Eskadra Events na zlecenie szwajcarskiej marki zegarków Certina przygotowała i zorganizowała wyjazd do Barcelony. Była to wygrana w konkursie, który przygotowała firma W.Kruk przy współpracy z Certiną. Nagrodzeni mieli okazję zobaczyć Roberta Kubicę walczącego na torze Circuit de Catalunya. Uczestnicy wyjazdu wzięli udział w hiszpańskiej kolacji w jednej z najlepszych restauracji oraz pokazie flamenco zaprezentowanym przez zawodowych tancerzy.

Firma Sellsys Vision na zlecenie Vidimedia zamontowała w centrum Warszawy ekran (wirtualny pixel 10 mm). Realizacja umożliwiła wyświetlanie reklam telewizyjnych w niespotykanej do tej pory rozdzielczości.

Firma Lambda zorganizowała pierwsze z zaplanowanego cyklu warsztaty aplikacji folii Oracal na samochodach. Spotkanie odbyło się w Industrial Inkjet Solution Center, otwartym w marcu 2008 r. centrum stałej prezentacji oferowanych przez PHP Lambda maszyn drukujących w technologii UV i solwentowej oraz urządzeń do obróbki wydruków wielkoformatowych. Szkolenie trwało 2 dni i obejmowało część teoretyczną i praktyczną.

Business Consulting Media Miejskie zrealizował niestandardową kampanię marki Actimel w dziesięciu największych miastach Polski. W akcji, oprócz reklamy plakato-wej formatu A3 w autobusach, wykorzystano oparcia foteli wewnątrz wagonów tramwajowych. Naklejki z kreacją pt. „Ciesz się wiosną już dziś” przypominały o właściwościach Actimela. Business Consulting odpowiedzialny był za produkcję, odpowiednią ekspozycję layoutu oraz monitorowanie kampanii. Zakupem i planowaniem mediów zajął się dom mediowy MediaCom.

Firma Alma Trend zajęła trzecie miejsce na świecie w sprzedaży alternatywnych tuszy do drukarek: Canon, Epson, HP, Mimaki, Mutoh, Roland, firmy Staedtler. Ich zastosowanie pozwala zaoszczędzić nawet do 40 proc. w stosunku do oryginalnych tuszy przy utrzymaniu tej samej jakości. Rok wcześniej sprzedaż utrzymywała się na jedenastej pozycji wśród liderów rynków światowych.

Agencja Reklamowa S4 na mocy wygranego przetargu zrealizowała dla Kompanii Piwowarskiej projekt Category Theater. Celem tego stoiska, które znalazło się na powierzchni sklepowej hipermarketów, była wizualizacja stałej ekspozycji piwnej. Segmentacja piwa na smakowe, importowane, mocne oraz jasne pełne miała pomóc klientom w zakupach i ułatwić im odnalezienie szukanego produktu.

Alma Trend wprowadza do swojej oferty mediów do druku wielkoformatowego dwa nowe produkty firmy Sihl: folię Easy Tack oraz papier fotograficzny Imola Pearl.