



## DUHOVÝ PAPERSEK

o nejlepší  
signmakingovou  
realizaci  
za rok 2011



Cílem soutěže je porovnat úroveň produkce českých i zahraničních výrobců reklamy, která byla realizována na území ČR a SR v roce 2011. Soutěž si dává za cíl přispět ke zviditelnění práce zpracovatelských firem zabývajících se oborem signmakingu. Přihlášené práce můžete vidět na veletrhu Reklama-Polygraf 20.–22. 3. 2012 na pražském výstavišti v Holešovicích.

[www.sign-sdruzeni.cz](http://www.sign-sdruzeni.cz)  
[www.reklama-fair.cz](http://www.reklama-fair.cz)

## soutěž o nejlepší signmakingovou realizaci za rok 2010

Vyhlášení vítězů a předání cen proběhlo dne 24. března v rámci doprovodného programu veletrhu Reklama-Polygraf 2011

- A Světelná reklama**  
MAXMEDIA Advertising solutions  
HTC A BIG 900 největší kreativa outdoor
- B Outdoor reklama**  
UNIBON  
promozóna Frisco
- C Indoorová reklama**  
REVOLTA  
Shop in shop Siemens
- D Mobilní reklama**  
SOPKO  
velkoplošný polep Iveco
- E POP / POS reklama**  
MORIS DESIGN  
Led Lenser

V SOUTĚŽI BYLY UDĚLENY ZVLÁŠTNÍ OCENĚNÍ

**Cena Sdružení dodavatelů pro signmaking ČR**  
Jabor – 14 zastávek v Poděbradech

**Zvláštní ocenění poroty**  
EXUPERY – Easy-Bin

**Cena veletrhu Reklama-Polygraf**  
HANTON ČR  
kompletní řešení označení pracoviště zdravotnického zařízení Cornea a Vidi v Bratislavě

**Cena časopisu Sign**  
REX – Euromaster – značkový pneuservis

**Cena GRAND PRIX** – porota udělila mimořádné ocenění Jabor – 14 zastávek v Poděbradech  
Ocenění přebírali: Marek Jabor – obchodní manažer společnosti Jabor, Rudolf Živec – reklamní agentura Deus a akademický malíř Atila Vörös. Cena byla zároveň udělena i městu PODĚBRADY zadavateli této zakázky. Ocenění přebíral Mgr. Ivan Uhlíř, místostarosta města Poděbrady.



Shop in shop Siemens



Velkoplošný polep Iveco



Easy-Bin



Cornea a Vidi v Bratislavě



Euromaster – značkový pneuservis



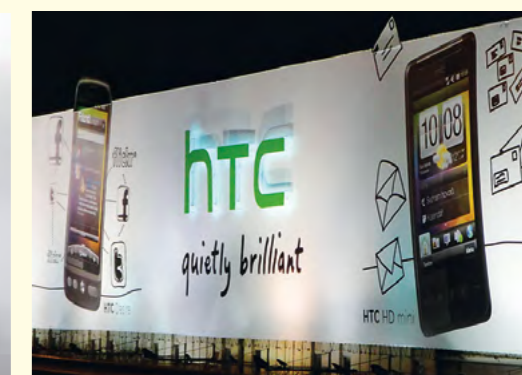
14 zastávek v Poděbradech



Promozóna Frisco



Led Lenser



HTC A BIG 900 největší kreativa outdoor

Generální partner: Partneři:



Hlavní mediální partneři: Mediální partneři:



Pořadatel:



**Nový rok pro další příležitosti**

Již po deváté Vám přinášíme soutěž o nejlepší signmakingovou soutěž pro Český a Slovenský trh. Soutěž Duhový paprsek se stala neodmyslitelnou součástí oboru signmakingu a vytváří hodnotný přínos signmakingovému trhu. Zprostředkovane nabízí veřejnosti povědomí o možnostech výroby reklamy a propagaci přihlášených firem či osob. Nové technologie a postupy této doby umožňují vytvářet nezvyklé a originální formy reklamy. Právě o tom je tato soutěž. Hodnotí se nejen atraktivnost, působení na spotřebitele, ale hlavně způsob provedení, použití a práce s materiály. Uplynulý ročník potvrdil, že kreativita a kvalitní provedení realizací si právem zaslouží naši pozornost a také je třeba tyto práce ocenit. Na vyhodnocení realizací se podílí nejznámější experti z oblasti reklamy a marketingové komunikace. Samozřejmě k propagaci patří především mediální kampaň. Soutěž Duhový paprsek i samotné přihlášené práce jsou mediálně podporovány nejvlivnějšími odbornými medií. Vizualní propagaci zajišťuje veletrh REKLAMA-POLYGRAF, kde jsou virtuálně soutěžní práce prezentovány prostřednictvím nejmodernějších technologií. Využijte možnost zviditelnění se dalším komunikačním prostředkem jenž je zaměřen na signmakingový trh. Kdo nehraje, nevyhraje.

**Cíl soutěže**

Záměrem soutěže je zmapovat úroveň realizovaných prací z oblasti signmakingu, výroby reklamy, indoorové a outdoorové reklamy, které byly vyrobeny na území České a Slovenské republiky a realizovány v roce 2011. Soutěž si dává za cíl přispět ke zviditelnění zpracovatelských firem zabývajících se tímto oborem.

**Předmět soutěže**

Vyhodnocení nejlepších a nejzajímavějších prací v oboru signmakingu vyrobených nebo použitých v roce 2011.

**Účastníci soutěže**

Do soutěže se může přihlásit realizátor, zadavatel nebo autor s pracemi, které byly použity nebo vyrobeny v roce 2011 a sloužily k reklamním a nekomerčním účelům. Soutěž je otevřena jak českým, tak i zahraničním subjektům.

Soutěže se mohou zúčastnit fyzické i právnické osoby zastoupené fyzickými osobami, které ve stanoveném termínu odevzdají řádně vyplněnou přihlášku a fotografickou dokumentaci soutěžní práce. Fotografická dokumentace musí být v náležitě kvalitě (viz podmínky účasti).

**Podmínky účasti**

Soutěžící zašlou na adresu společnosti M.I.P. Group, a.s., do **uzávěrky soutěže**, která je stanovena na **3. 2. 2012**, kvalitní barevné fotografie objektů nebo prací vyrobených nebo použitých v roce 2011.

Na fotografiích musí být soutěžní práce zachycena jednak v detailním pohledu a zároveň tak, aby bylo patrné její začlenění do okolního prostředí.

Pro kategorii Světelná reklama je třeba zaslat fotografie ve dvou variantách - za denního světla a za tmy. Fotografie musí být v elektronické podobě tak, aby rozlišení dosahovalo nejméně 300 dpi. Elektronické soubory se zasílají na médiu CD nebo DVD, nebo zaslány přes elektronickou úschovnu ve formátu pdf, jpg nebo tif. Každá soutěžní práce musí být přihlášená samostatnou přihláškou, počet prací od jednoho přihlašovatele není omezen.

Za správnost zařazení prací do jednotlivých kategorií a za pravdivost údajů uvedených na přihlášce odpovídá přihlašovatel.

**Přihlášky do soutěže jsou zpoplatněny částkou 2 100 Kč za každou přihlášenou soutěžní práci. Cena je uvedena bez 20% DPH. Počet přihlášených prací není omezen.**

Registrační poplatek v sobě zahrnuje **bezplatný vstup dvou zástupců na vyhlášení výsledků soutěže a dvě volné vstupenky na veletrh REKLAMA-POLYGRAF 2012**, kde budou přihlášené práce vystavené. Na základně závazné přihlášky do soutěže Vám bude vystavena faktura. Soutěžní poplatek musí být uhrazen nejpozději do 1.3. 2012, jinak nebude práce zařazena do soutěže.

**A****Světelná reklama\***

Realizované reklamní řešení pro světelnou reklamu – ve vnitřním i venkovním prostředí. Neony a LED.

**B****Outdoor reklama**

Realizované reklamní řešení pro outdoorové prostředí (tiskové výstupy – billboardy, plachty, bannery – malba, nesvětelná loga a výstrče, 3D reklama, vlajky, nafukovadla, okenní grafika, městský mobiliář...)

**C****Indoor reklama**

Realizované reklamní řešení pro interiérové prostředí (výstavní, prezentační a orientační systémy, podlahová grafika.

**D****Mobilní reklama**

Realizované reklamní řešení na vozidlech (polepy aut, vozidel MHD, airbrush, plachty na kamionech, pojízdné billboardy, atypické reklamní prvky na vozidlech...)

**E****POP / POS reklama**

Realizované reklamní řešení v instore komunikaci pro podporu prodeje v místech prodeje

\* U kategorie A – Světelná reklama je nutné poslat fotografie ve dvou variantách – za denního světla a za tmy.

**Pravidla soutěže**

Do soutěže budou zařazeny všechny přihlášené práce, které splní podmínky účasti, budou obsahovat všechny požadované údaje a bude zaplacen účastnický poplatek ve stanoveném termínu.

Po uzávěrce soutěže ohodnotí porota složená z odborníků (zastoupení z oblastí technologií, materiálů, grafiky, kreativity, designu, zadavatelů a odborného tisku) všechny soutěžní práce a určí konečné pořadí.

Oceněna bude jedna vítězná práce v každé kategorii. Porota má právo nevybrat jako vítěznou žádnou z přihlášených prací. Též má právo na některé místo vybrat více než jednu práci. Porota má právo udělit hlavní cenu soutěže Duhový paprsek. Vítězné práce mohou být také odměněny partnerem jednotlivých kategorií.

Vítězné práce v kategorii A – E obdrží emblém soutěže.

Ocenění převezmou emblém soutěže a cenu poskytnutou generálním partnerem soutěže.

Generální partner má právo také ocenit nejlepšího zadavatele a produkčního na straně realizátora.

**Soutěžní práce budou prezentovány na veletrhu REKLAMA-POLYGRAF 2012.**

Oficiální výsledky soutěže budou vyhlášeny v rámci Doprovodného programu Veletrhu REKLAMA-POLYGRAF dále prostřednictvím týdeníku Marketing & Media, časopisu Sign – znamení doby, webových stránek mediálního partnera soutěže [www.mam.cz](http://www.mam.cz) a partnera [www.reklama-fair.cz](http://www.reklama-fair.cz)

**Principy hodnocení**

Hodnocení proběhne dvoukolově.

Členové poroty v prvním vyřazovacím kole vyberou soutěžní práce, které postoupí do druhého kola hodnocení. Na tzv. short list bude vybráno 5 prací z každé kategorie; z těchto pak porotci vyberou vítěze.

**Kritéria hodnocení**

vizuální řešení (originalita, estetika, design)  
technické řešení (kvalita provedení, vhodnost použitých materiálů a metod, inovativní řešení)  
marketingová účinnost (schopnost zaujmout cílovou skupinu, efektivnost)

výjimečnost realizace (např. rychlost výroby, rozměry, sériová výroba..., přidaná hodnota k obecnému pojetí)

Pozn.: U soutěžní práce obsahující známé logo porota rovněž hodnotí, jak se s tímto logem pracuje, jak se využívá. Horší kvalita fotografií může negativně ovlivnit výsledek.

Součtem bodového hodnocení bude vypočteno pořadí prací v jednotlivých kategoriích.

Vítězné práce v kategorii A – E obdrží symbol soutěže. Porota má právo vyhlásit speciální ocenění. Vítězné práce mohou být také odměněny partnerem jednotlivých kategorií, nebo odborným garantem soutěže.