

## Trias dla London Live

PKO BP London Live – pierwszy tak duży festiwal polskiej muzyki rozrywkowej za granicą, był równocześnie sprawdzianem dla nowych kurtyń diodowych firmy Trias, obsługującej multimedialnie to wydarzenie. Ekran o prawie o 100 m kw, stworzony z HiLed Curtain, stanął w centralnej części sceny, a rozdzielczość kurtyń – 18 mm świetlnie oddała wizualizację. Pozostały użyty sprzęt na PKO BP London Live to: 2 ekrany projekcyjne Stumpfl o wymiarach 6,10 x 3,43 (umieszczone po bokach sceny); MorisLED Strip Curtain 110 m kw (ekran nad sceną); 2 projektory BARCO R20; 22 plazmy 42" (VIP room, foyer), 9 plazm bezszwowych (VIP room). Wrażenia słuchowe i wzrokowe nie z tej ziemi!



© Trias

## Atvertin zainstaluje 1500 ekranów LCD w Tesco

Spółka Atvertin planuje w ciągu najbliższych kilku miesięcy zainstalować w sieci hipermarketów Tesco zintegrowany system blisko 1500 ekranów LCD. System digital signage zostanie zainstalowany w 52 hipermarketach Tesco w Polsce. Ekran o przekątnej 42 cali, w średniej liczbie 28 sztuk na hipermarket, montowane będą przy głównych ciągach komunikacyjnych i wyświetlą powtarzalnie, trwające 275 sek., pętle programowe, składające się ze spotów reklamowych oraz użytecznych informacji o ofercie i działaniach pro-klienckich sieci Tesco. System, dzięki współpracy z instytutem badawczym Pentor Research International, umożliwi planowanie i zakup ekranów w oparciu o analizę wskaźników mediowych (zasięg, częstotliwość, GRP, CPP, CPT) dla grup docelowych, przyjętych wg standardu TGI. System dostępny będzie dla klientów poprzez przeglądarkę internetową. Ponadto od lipca 2008 r. prowadzone jest badanie DigitalSignage Track, które pozwoli na planowanie kampanii w oparciu o aktualizowane w cyklu tygodniowym dane na temat widowni sieci ekranów – populacji dokonującej zakupów w hipermarketach Tesco. Klienci spółki korzystający z DigitalSignage Track i systemu planowania będą mieli dostęp do zbioru danych zawierającego informacje o zwyczajach zakupowych ok. 10 tys. klientów Tesco. Na zlecenie klienta wykonywane będą również badania wykazujące skuteczność reklamy. Poza tym w ofercie znajdzie się także usługa profesjonalnej produkcji dedykowanych nośników spotów reklamowych bądź przekazanie klientowi know-how w tym zakresie.

## Nośniki typu transit w technologii 3D

CAM Media wprowadza na rynek transit layouty reklamowe wykorzystujące efekt trójwymiaru. Pierwszą kampanię zrealizowano dla LG Electronics. Dotychczas tworzone kreacje to płaskie obrazy. Teraz reklamodawcy zyskują możliwość tworzenia bardziej złożonego, wielowymiarowego obrazu, który przykuwa wzrok. Format 3D Full Back jest montowany na tyłach warszawskich autobusów Scania OmniCity, wyposażonych w płaski panel reklamowy. Kampania testowa, w której po raz pierwszy wykorzystano efekt 3D została zrealizowana dla LG Electronics. Efekt trójwymiarowości w realny sposób oddaje obraz promowanych telewizorów LCD Full HD.

## Kampania 7Days

Ruszyła nowa kampania promocyjna marki 7Days, która potrwa do końca listopada 2008 r. Najnowsza akcja „7 razy do Hollywood” nastawiona jest na wielokanałowe, interaktywne dotarcie do grupy docelowej. „Konsumenci croissantów 7 Days to młoda, dynamiczna grupa, dlatego w naszych działaniach promocyjnych musimy szybko dostosowywać się do zmieniającego się młodzieżowego stylu życia. Internet i mobile to intuicyjne kanały komunikacji zapewniające skuteczną, pożądaną przez nas interakcję” – powiedziała Alina Baniecka Dyrektor Marketingu Chipity. Agencja mobijoy! przygotowała kreację, promocję i całościową obsługę interaktywnego serwisu www oraz wspierała akcję działaniami z zakresu marketingu mobilnego. Komunikacja reklamowa promocji została zrealizowana przez agencję G7.



© Agencja G7

## POS TV w delikatesach „Piotr i Paweł”

W wyniku współpracy delikatesów „Piotr i Paweł” z firmą Call2Action w sklepach sieci pojawi się POS TV, czyli telewizja w miejscu sprzedaży. Ekran, zainstalowany w strefie przykasowej, prezentują produkty dostępne w sklepach „Piotr i Paweł”. Pierwsze 46 nośników pojawiło się w sklepach w Warszawie i Poznaniu – 8 w Jankach, 9 na Targówku, 10 na Tarchominie i 19 w Poznaniu. Firma planuje, do początku października, zainstalować 272 urządzenia na terenie całego kraju. Call2Action zarządza czasem emisyjnym instalowanych POS TV oraz dostarcza technologie i oprogramowania.