

HEADLINES

Lidé, kampaně a události,
o kterých musíte vědět.

1. V anketě ShopRoku bodovalo Notino

Osmý ročník soutěžní ankety ShopRoku o nejpoblárnější a nejkválnější e-shopy na českém trhu zná své vítěze. Tím absolutním, který si zároveň z pražského Fora Karlín odnesl i Cenu kvality, je e-shop s parfémů a kosmetikou Notino. Cenu popularity získal obchodní dům Mall. Benefičnímu e-shopu Na ovoce byla udělena Cena Heureka, která soutěž pořádá. Jeho prostřednictvím je možné zakoupit přímo strom nebo pomocí darovacího certifikátu přispět k jeho zasažení. Mezi dalšími vítězi Ceny kvality v jednotlivých kategoriích se umístily e-shopy Euronics, Astratex, T.S. Bohemia, Topgal, Kupkolo, Uni-max, Matějovský povlečení, eReading, e-kondomy, Profizoo a Autodíly-Cardo. Celkem bylo v letošním ročníku soutěže uděleno 103 882 hlasů. Loni byl dvojnásobným vítězem e-shop LevnéElektro.cz, který však v průběhu roku musel ukončit svoji činnost. Češi v loňském roce utratili na internetu 96 miliard korun a zanechali 4 miliony hodnocení a recenzí.



2. McCann pracuje pro šest značek Rémy Cointreau

Společnost Rémy Cointreau svěruje komunikaci značek Tullamore Dew, Cointreau, Aperol, Hendrick's, Rémy Martin a Mount Gay agentuře McCann Prague. Výběrová řízení pro

► Spotřebitelé tento pomerančový likér znají, jenže vůbec netuší, jak se jeho název čte.

►► S nápadem citoslovcí v reklamě, jimiž se Praha v posledních pěti letech prezentovala, nový koncept od Touch Branding už nepočítá.

▲ Na podzim rebrandované Notino uspělo též v soutěži Křišťálová lupa 2016 v kategorii Globální projekty českých tvůrců.



bíhala postupně od konce roku 2016. Agentura zastřeší ATL a BTL komunikaci, správu sociálních sítí a bude pořádát také různé eventy. Půjde o adaptaci globálních kreativ i o vývoj lokálních konceptů pro český trh. McCann naváže na práci dosavadních agentur. Spolupráce začala únorovou kampaní na podporu nápoje Cointreau. Vizualy učí zákazníky správně vyslovovat název tohoto pomerančového likéru (čte se „kuantró“). Cílem je zlepšit povědomí o značce. „Do tendru na kreativní koncept pro značku Cointreau se přihlásilo několik agentur s opravdu silnými koncepty, ale nakonec jsme se rozhodli pro McCann. Ukázal nejenom dobrou kreativitu, ale také silný accountský tým a strategické přemýšlení o směřování našich značek,“ komentovala výsledky tendru Alice Vaňková, brand manažerka společnosti Rémy Cointreau.

3. MTG prodala své mediální projekty v Pobaltí

Švédská mediální společnost Modern Times Group (MTG) prodala své televizní, rozhlasové i digitální aktivity v Pobaltí. Jak uvedla v tiskovém prohlášení, pokračuje tak její transformace. Vysílací aktivity v Pobaltí MTG prodala za 115 milionů eur (3,1 miliardy korun) investiční společnosti Providence Equity Partners. MTG předloni změnila způsob fungování, opouští tradiční vysílání a expanduje na trhu internetových her a další digitální zábavy. Firma už v lednu prodala svůj poloviční podíl v televizi Prima, jejímž většinovým vlastníkem se stal druhý spoluvlastník, český podnikatel Ivan Zach.

4. Agentura Touch Branding vytvoří značku pro Prahu

Organizace Prague City Tourism vybrala grafické studio, které se bude do roku 2020 starat o „turistickou značku“ a komunikační vizuální styl Prahy coby turistické destinace. Zakázku v celkové hodnotě 4,2 milionu získalo studio Touch Branding spolujatelů Aleše Mičky a Martina Marušince, které je rovněž tvůrcem grafické podoby nové Lítačky. Destinační značka Praha by podle turistické kanceláře měla oslovit bohatší klientelu metropole, potažmo zkvalitnit skladbu jejich návštěvníků na úkor jejich kvantitativního nárůstu. Praha se dosud prezentovala v kampaních pomocí citoslovců (Oooh, Wow, Mmm, Yeah) a konceptu od společnosti Dynamo design.



5. Google si chce dát větší pozor na důvěryhodnost

Největší vyhledávač na světě Google podniká další kroky v boji proti nenávisným internetovým stránkám. Do hledáčku se dostanou i weby s fake news. Stránky s tímto obsahem chce Google pouze odsouvat na nižší pozice ve vyhledávání, nebude je mazat. Pracovat na tom mají prověřovací týmy, které budou informace procešávat tak, aby internetový nástroj nabízel uživatelům v popředí korektní obsah. Z horních pozic výsledků o dějinách holokaustu tak například zmizí weby, které píšou o tom, že se nikdy nestal. Podle směrnic prověřovacích týmů jsou za důvěryhodné označeny třeba takové noviny, které získaly sedm Pulitzerových cen. Naopak velké množství překlepů a gramatických chyb má jejich důvěryhodnost snížit.

HEADLINES

6. Engage 2017: Světová digitální špička v Praze

Socialbakers zveřejnili detaily letošní konference Engage 2017. Třetí celosvětové setkání specialistů na digitální marketing se uskuteční 17. až 19. května v prostorách Fora Karlín. Ústředním tématem je „Changing the World Through Social“. „Rok 2016 ukázal, že síla sociálních sítí může změnit svět, proto jsme chtěli účastníkům nabídnout nejen klasický program z pohledu marketingu a byznysu na sociálních sítích, ale



►► Svobodní si nechali v novém logotypu zjednodušit symbol berana, TOP 09 se chlubí novým symbolem „schwarzenbergovského“ motýlka.

◀ Engage 2017 se bude opět konat v prostorách Fora Karlín.

pozvali jsme i méně tradiční řečníky jako Elianne Ramosovou, která působila v týmu prezidentské kandidátky Hillary Clintonové, nebo Lauru Millerovou, jež měla na starosti sociální síť v Bílém domě bývalého prezidenta Baracka Obamy,“ shrnuje Jan Řežáb, zakladatel firmy Socialbakers.

7. Miroslav Hrnko skončil v Lagardère Active ČR

Po patnácti letech skončil ve vrcholovém vedení mediálního domu Lagardère Active ČR Miroslav Hrnko.



◀ Lagardère provozuje například rádio Evropa 2 a spoluvlastní zastupitelství Radiohouse.

Podle oznámení firmy, která provozuje například rádia Evropa 2 nebo Frekvence 1, šlo o dlouho připravovaný krok. Lagardère chce v průběhu příštích týdnů představit novou strukturu řízení, přičemž v čele firmy stane přímo prezident skupiny Michel Fleischmann. Hrnkova kariéra má bez dalšího upřesnění pokračovat „v širším rámci celé skupiny“. Hrnko stál v roce 1998 jako spolupodílník u rozjezdu stanice Evropa 2 Severní Čechy v Liberci. Poté co se stanice začlenila pod Lagardère, se stal regionálním ředitelem RRM pro severní Čechy. Přešel do Prahy, kde působil jako ředitel regionálních prodejů, posléze jako ředitel provozního úseku, v roce 2006 povýšil na výkonného ředitele a nakonec se stal generálním ředitelem. „Děkuji Michelovi za příležitost, kterou mi před 15 lety dal, a za to, že mě v těžkých momentech vždy podržel,“ rozloučil se Hrnko. „Vždy jsem se na něj mohl plně spolehnout a jsem si jist, že to tak zůstane i do budoucna,“ dodal k odchodu kolegy Fleischmann.

8. Polská vládní strana chce postátnit regionální tisk

Polské vládní straně Právo a spravedlnost (PiS) se nelíbí, že regionální média kontrolují převážně německé mediální domy jako Axel Springer, Bauer či Passauer Neue Presse. Jedná se zhruba o 90 procent polského regionálního tisku. Polská strana, které jsou některé tituly z portfolia těchto mediálních domů trnem v oku, je chce převzít. O záměru informoval deník Gazeta Wyborcza. Podle náměstka ministerstva kultury Jaroslawa Sellina by bylo nejlepším řešením, kdyby zahraniční koncerny dobrovolně odprodaly své podíly státu. Nevyloučil ovšem využití „urychlujících mechanismů“ v případě, že „se zjistí“, že koncerny porušují zákon. Barbara Bubulová z PiS, členka sněmovního výboru pro kulturu a média, považuje za nezbytné „rozbít“ monopol zahraničních mediálních domů. Připustila i možnost odebrat jim noviny. Tzv. repolonizaci považuje za strategický krok. „Repolonizace prostě znamená převzetí moci v médiích,“ zhodnotil situaci sociolog Mikolaj Czeński a dodal, že kontrola regionálních médií by PiS pomohla ve volbách obzvlášť na úrovni okresů a obcí.



9. Další strany před volbami změnilo loga

Po zelených se i další politické strany vyzbrojily novým vizuálním stylem do bojů o křesla v Poslanecké sněmovně. Inovované logo Svobodných, které nadále obsahuje i zjednodušený symbol berana, i redesign webových stránek připravilo brněnské kreativní studio Davida Geče. Strana s ním podle jejího místopředsedy Josefa Kálese bude nejspíš spolupracovat i v dalších fázích předvolební kampaně. Zcela nový prvek se rozhodla vpravit do logotypu TOP 09 grafická designérka a typografka Klára Horová. „Voliči naleznou v nové formě loga také typického ‚schwarzenbergovského‘ motýlka. Ten reprezentuje naše neměnné principy stejně jako nadhled, radost ze života a vtip,“ vysvětlil předseda TOP 09 Miroslav Kalousek.

10. Satelitní asociace je proti druhé fázi digitalizace

Přechod na nový standard pozemního digitálního televizního vysílání DVB-T2 vyjde tuzemské uživatele nejméně na pět miliard korun. Utratí je za nákup nových televizorů nebo set-top-boxů, které příjem v novém standardu umožňují. Uvedli to zástupci České asociace satelitních operátorů. Podmínky přechodu upravuje novela telekomunikačního zákona. Asociace chce prosadit, aby poslanci z chystaného zákona vypustili pasáž, která zajišťuje přidělení vysílacích kmitočtů Českým Radiokomunikacím a firmě Digital Broadcasting bezplatně do roku 2030, stejně jako úhradu jedné miliardy Kč na výstavbu nových sítí vysílačů. To je prý v rozporu s evropskou legislativou. ČRa to považují za účelové zkresení.