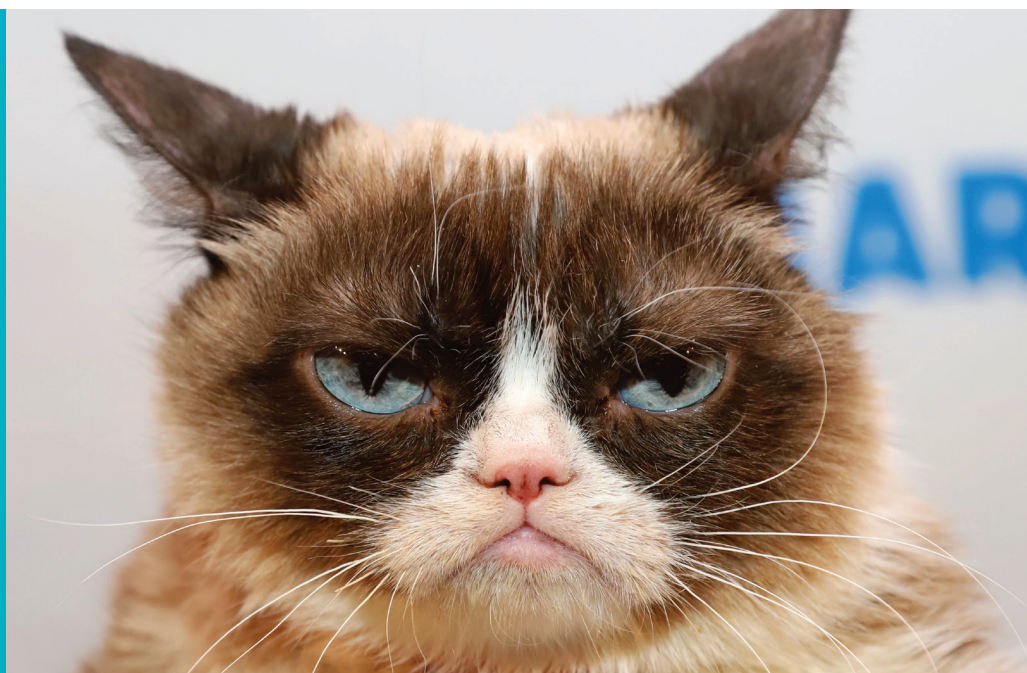


ZACHYCENO V SÍTÍCH



Grumpy Cat je po smrti

17. května zemřela kočka. Řeklo by se celkem všední událost. Jenže tahle kočka byla hvězdou! Hvězdou sociálních sítí, kde ji sledovaly miliony fanoušků. Cena Grumpy Cat byla odhadována na více než 20 milionů korun, byla tvář značky Friskies a dokonce si zahrála ve filmu. Příspěvek o jejím úmrtí jen na Instagramu lajklo přes milion čtyři sta tisíc lidí... A to je na jednu zakrslou kočku docela dost, že?



ČESKÁ ZVÍŘECÍ INSTASTAR

Podobně jako lidští influenceři, mají svoji agenturu také zvířata. Přijde vám to bizarní? Možná, ale tenhle byznys dnes táhne a točí se v něm nemalé peníze. The Dog Agency v New Yorku založila Loni Edwardsová; inspirací jí byla její vlastní fenka francouzského buldočka Chloe.

„Chloe měla mnoho příležitostí pro spolupráci s různými značkami a na akcích jsem se setkala s majiteli ostatních známých psů, pro které byla právě sláva jejich mazlíčků hlavním zdrojem příjmů,“ vysvětlila Edwardsová v rozhovoru pro časopis Fast Company. Protože je Edwardsová vystudovaná právnička, napadlo ji, že začne nabízet pomoc s přípravou smluv pro placené spolupráce. A agentura byla na světě.

Dnes The Dog Agency spolupracuje se značkami, mezi nimiž nechybí například Purina, Nikon, Google či 20th Century Fox. Má zhruba 160 klientů, kromě psů spolupracuje také s kočkami, ale třeba i opicemi.

My, Češi, jsme s těmi zvířátky ještě krapet pozadu. Zatímco v roce 2017 byl do Guinnessovy knihy rekordů zapsán jako zvíře

s největším počtem instagramových fanoušků @Jiffpom, který jich už tehdy měl 8, 4 milionu (dnes cca 9 milionů), u nás to pořád se zvířecími influencery není tak slavné.

Je pravda, že když buldoček Manny Leoše Mareše slavil letos v dubnu 5. narozeniny, přání mu u Leoše na profilu lajklo 26 500 lidí a u Moniky Marešové více než 16 tisíc. Pořád ale Manny nemá svůj vlastní profil a žije ze slávy svých majitelů.

To kočka @tigi.kitty Kazmy a Andrey Kalousové má na svém profilu už 15 tisíc sledujících! A do světa zvířecích influencerů vstoupila i úspěšná česká instagramová celebrita A.N.D.U.L.A. V srpnu 2016 si pořídila Buče, psa rasy welsh corgi, nelenila a založila mu profil, kde dnes Buče sleduje přes šest tisíc lidí.

Vypadá to, že Česko na svoji zvířecí star teprve čeká. Třeba se jí stane fenka německého ovčáka Caira, jejíž profil založený v lednu letošního roku zatím sleduje 691 sledujících. Anebo taky někdo úplně jiný :)

Ukázky zvířecích celebrit si můžete prohlédnout na zadní straně vydání tohoto čísla.

VÍCE...

Str. 3

- ▷ **Nenechte si ujít**

Str. 4

- ▷ **Iva už zná**
- ▷ **AD MAP – lokální nástroj plánování a schvalování OOH kampaní**

Str. 5

- ▷ **Čtyři hrdinové, aneb nová kampaň Protonového centra**
- ▷ **Češi a oblečení z druhé ruky**
- ▷ **Online data – jaká existují a k čemu se využívají**

Str. 6-7

- ▷ **Co nového v titulech**

MÉDEA GROUP

MÉDEA

Máme dlouholetou zkušenost a precizní znalost mediální oblasti. Profesionální péče o naše klienty je pro nás samozřejmostí. Úspěch našich klientů je i naším úspěchem. Jsme silní, proto si můžeme dovolit nabídnout ty nejvýhodnější podmínky.

Nabízíme vám komplexní služby v oblasti mediální a marketingové komunikace, realizace mediálních kampaní, detailní strategické a mediální plánování, efektivní nákup všech finančních aktivit.

MÉDEA INTERACTIVE

Poskytneme vám komplexní servis v rámci online.

Přípravíme pro vás strategii v oblasti display kampaní (plánování, nákup, vyhodnocování). Využíváme výkonový marketing (PPC systémy, RTB, affiliate programy, mailing atd.), mobilní marketing a placenou podporu sociálních sítí. Kreativně vyřešíme vaše online podklady. Vytvoříme vám webové stránky s optimalizací pro vyhledávače (SEO).

MÉDEA RESEARCH

Naše výzkumné nástroje efektivně zvyšují účinnost a dopad komunikačních kampaní. Přímá komunikace se zákazníky v rámci vlastního kontaktního centra zlepšuje zákaznický servis a podporuje zvýšení prodeje.

Poskytneme vám kompletní servis v oblasti spotřebitelských analýz, marketingových výzkumů, detailních průzkumů trhu a marketingového poradenství. Služby kontaktního centra v oblasti telemarketingu vedení zákaznických linek a e-mailové komunikace.

MÉDEA PUBLIC RELATIONS

Známe sílu médií i sociálních sítí a umíme ji využít pro váš produkt, značku či služby.

Zkušení odborníci pečují o váš mediální obraz a poskytneme vám experty na sociální sítě. Pěstujeme dlouholeté vztahy s médii, redakcemi a novináři napříč tituly.

MÉDEA CREATIVITY

Kombinujeme originalitu a tvořivost se znalostmi a zkušenostmi. Jsme vždy nabití kreativitou, máme individuální přístup ke klientovi a jeho potřebám.

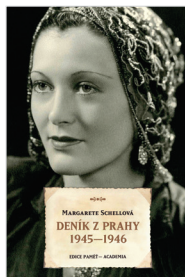
Vytváříme pro vás koncepční ATL, BTL a online řešení. Máme k dispozici vlastní produkci, disponujeme eventovou agenturou, s klienty komunikuje profesionální a zkušený tým.

NENECHTE SI UJÍT

KNIHY

» Deník z Prahy 1945 – 1946

Margaret Schellová



Deník pražské Němky Margarete Schellové zachycuje autorčiny osobní zážitky během desetiměsíčního pobytu v československých internačních táborech oad zatčení během Pražského povstání až do března roku 1946. Nejdelší čas strávila v Bystřici u Benešova, v táboře

původně založeném nacistickou okupační správou pro lidi ze smíšených rodin. Záznamy pořizované tajně na útržky papíru provezla při odsunu do Německa a roku 1957 vyšel její deník v Bonnu. Vydání bylo přijato dosti kriticky kvůli údajné nevyváženosti informací ve prospěch Čechů. Český překlad je jedním z prvních u nás zveřejněných příspěvků k „malým dějinám“ tohoto období. Samotný deník doprovází dostupná dokumentace, překlady dobových ohlasů na německé vydání a životopisný esej o složitých autorčiných osudech. Vydalo nakladatelství Academia.

VÝSTAVA

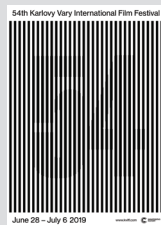
» Klukovský sen

Muzeum zemědělské techniky Čáslav připravilo pro své návštěvníky výstavu s názvem Klukovský sen, která bude po celou sezonu (tzn. až do 31. října) otevřena ve dvou přilehlých místnostech hlavní výstavní haly. Spoluautorem výstavy a zároveň majitelem větší části vystavených modelů je sběratel Václav Blažek, jehož sbírka modelů hraček je na našem území ojedinělá a patří k největším na světě.

Ve čtrnácti vitrínách budou tentokrát k vidění modely a hračky tematicky zaměřené na oblast zemědělské techniky, naprostá většina vystavených modelů je tuzemské výroby. Nejvíce je svými výrobky zastoupena firma KOVAP Náchod, která jako jediná na světě vyrábí mechanické plechové hračky a modely ručně. Návštěvníci si budou moci na výstavě prohlédnout i ukázky nerozstříhaných plechových dílců před jejich sestavením.

Mezi vystavenými modely je i několik unikátů zhotovených na zakázku pro sběratelské účely nebo jubilejní modely, například model traktoru Zetor se speciálním

» » MFF Karlovy Vary



Mezinárodní filmový festival Karlovy Vary je největší filmový festival v České republice a nejprestižnější filmový festival ve střední a východní Evropě. Letošní 54. ročník proběhne od 28. června do 6. července.

Co byste vyjma hlavních soutěží neměli ve filmové nabídce letošního ročníku opomenout?

Na programu se mimo jiné objeví rozsáhlá retrospektiva remasterovaných filmů ikonického egyptského režiséra Júsufa Šahína; pět z restaurovaných snímků bude na MFF KV uvedeno ve festivalové premiéře, a tři z nich se budou vůbec poprvé promítat s anglickými titulky. Ambiciózní přehlídka má za cíl představit divákům rozsáhlé dílo jednoho z nejvýznamnějších režisérů Afriky a Středního východu.

MFF KV rovněž připomene 30. výročí sametové revoluce výběrem sedmi filmů natočených v letech 1989 až 1992. Ve vybraných snímcích, které vznikly na pomezí rozpadající se totality a „divokých devadesátek“, silně rezonuje nově nabytá svoboda tvoření, kdy jedinou hranicí byla režisérova

fantazie. Diváci budou moci zhlédnout například dnes již kultovní Kouř Tomáše Vorla, Čas sluhů Ireny Pavlaskové, debut Filipa Renče Requiem pro panenku či komediální drama Juraje Jakubiska Lepší je být bohatý a zdravý než chudý a nemocný.

I v rámci 54. ročníku pokračuje karlovarský festival v tradici premiéry klasických českých filmů, které byly vybrány pro digitální restaurování. Pro letošní ročník je připraveno jedno ze stěžejních děl československé nové vlny 60. let, film režiséra Juraje Herze Spalovač mrtvol. Digitálně restaurovaného Spalovače mrtvol uvede karlovarský festival v obnovené mezinárodní premiéře jako poctu nedávno zesnulým tvůrcům Juraji Herzovi (1934–2018) a Stanislavu Milotovi (1933–2019). Národní filmový archiv následně vrátí snímek přesně padesát let od jeho vzniku na plátna kin.

Po úspěšné premiéře na festivalu v Cannes bude vůbec poprvé v Čechách v rámci MFF KV uveden dokument Heleny Třeštíkové a Jakuba Hejny Forman vs. Forman. Neméně uznávaná ikona české dokumentaristiky Olga Sommerová nabídne karlovarskému publiku ve světové premiéře portrét další klíčové osobnosti tuzemské kultury ve snímku Jiří Suchý – Lehce s životem se přát.

logem či parní válec s číselným dokladem. Zemědělská technika je doplněna i sbírkou modelů nákladních automobilů a historickými reklamními cedulemi a vlastními modely muzea z podsbírek Rostlinná výroba a Doprava a mechanizace. Vedle různých typů návěsů a přívěsů mohou návštěvníci vidět i traktory, řezačky, čpavkovač, vyvíječ aerosolu a další.



Nejcennějším vystaveným exponátem z řady vlastních modelů muzea je model parní oračky. Výstava je doprovázena velkoformátovými fotografiemi zemědělské techniky z fotoarchivu Národního zemědělského muzea.

» Pasta Oner

Až do 6. října mají zájemci možnost vidět v zámecké jízdárně v Hluboké nad Vltavou díla Pasty Onera, jednoho z nejvýraznějších současných umělců české vizuální scény. Výstava prezentuje autorův dosud nevystavený korpus obrazů z let 2017 až 2018 zapůjčených kompletně ze soukromých sbírek, inovovanou sadu ikonických objektů Micky Mouse a rozměrnou nástěnnou neonovou instalaci.



V obrazech je zřetelný formální i významový posun; Pasta k tradiční pop-artové estetice svých obrazů přidává nově i realistickou malířskou polohu odkazující na motivy z dějin západního sakrálního umění. V Pastových obrazech se nyní zhušťuje čas a historie ztrácí lineární vývoj. Otázka aktuálnosti témat a forem přestává být relevantní a otevírá se tak příležitost možná až archetypálnímu čtení jeho děl. Výstavu připravila Alšova jihočeská galerie.



IVA UŽ TO ZNÁ

Moje chuťové buňky na cestě za dobrodružstvím

Že se dá cestovat po stopách Harryho Pottera a jeho kouzelné hůlky, Mikaela Bloomkvista, hlavního hrdiny švédské trilogie Stiega Larssona či po hradech a zámcích, kde se natáčely české pohádky, je známá věc. Já se ale pro letošek rozhodla pro „gastro“ cestování.

Ano, jsem velkou milovnicí dobrého jídla, vždy si ráda pochutnám na jihočeské kulajdě či křupavé cmundě, samozřejmě té od mé maminky. Chuťové buňky mi dobře a již dlouho slouží, nezasloužily by si tedy také nějakou prima dovolenou?

No, není snad nic lepšího pro gurmána a knihomola v jedné osobě jako jsem já.

Inspirace si mě nedávno našla sama, překvapivě v knihupectví. Držím v rukou knihu *Gastromapa* Lukáše Hejlíka 365 a s úžasem v oku, a pomalu kapající slinou u pusy :), si prohlížím všech těch 365 podniků, které jsou mi doporučovány. Bistra, restaurace, pekárny či kavárny jsou rozděleny do tematických oblastí, ale dá se podle nich i naplánovat výlet nebo přímo objevitelskou cestu po celé naší republice. Paráda, přesně něco pro mé nenasytné chuťové buňky. Jen se obávám, že mých několik týdnů dovolené na toto dobrodružné objevování nebude stačit, možná tak Verneovy Dva roky prázdnin.

Sám Lukáš Hejlík v úvodu čtenáře navádí: „Budete mít radost, pokud s ní budete všude

jezdit, když nad ní budete svačit nebo se třeba i dohadovat se svými blízkými, kam pojedete příště. Nechte si v podnicích udělat křížek a klidně si přímo do ní poznamenejte, kdy jste tam byli.“ No, není snad nic lepšího pro gurmána a knihomola v jedné osobě jako jsem já. Cítím se blaženě, a to jsem teprve v procesu příprav.



Jak se rozhodnout, ve kterém podniku začít? V Prachaticích, Soběsukách nebo snad v Čakovičkách? Nebo vybírat podle názvu, který mě zaujme na první dobrou, jako je Chleba se solí, Kovářova kobyla nebo U všech kukaček? To jsou výzvy, úplně těm mým buňkám závidím. Listuji knihou dál, a už to mám, vyhrála kapitola „Tam, kde se to nečeká“ s tímto popisem: lidi jsou schopni kvůli super jídlu vylézt na rozhlednu, bez toho, aby se rozhlíželi, zajít do kantýny na poliklinice úplně zdraví nebo dojet na pumpu bez tankování.

K dovolené přeci to zážitkové objevování patří, ne? Pěkné léto všem, dobrou chuť, a třeba se někde na gurmánských cestách potkáme.

Umístění OOH kampaní plánujeme s přesností špendlíku

AD MAP, lokální nástroj agentury MÉDEA pro plánování a schvalování OOH kampaní, ušetří klientům čas v rámci procesu schvalování kampaní.

Zároveň usnadňuje proces výběru, orientaci v lokalitě, kde se konkrétní plocha nachází, a také nabízí potvrzování vybraných ploch přímo ze zobrazené mapy. „Je to skvělý nástroj, který umožňuje přesnější zacílení a rozložení ploch v rámci zájmových bodů klienta“ říká Lenka Horská z oddělení OOH nákupu. Aplikace AD MAP slouží, jak interně pro plánování kampaní v OOH oddělení, tak pro klienty, kteří mohou s plánovanými plochami aktivně pracovat v rámci zaslání plánu.

Výrazný přínos má vizualizace při plánování a výběru ploch v případě, že klient cílí kampaně k pobočkám, konkrétním lokalitám nebo požaduje vyselektovat plochy, které jsou ve stejné lokalitě, směru a v těsné blízkosti u sebe. Vše funguje velmi jednoduše. Společně s plánem OOH kampaně ke klientům odchází i webový odkaz, kde si klient zobrazí mapu nabízených ploch a vidí jejich rozložení včetně fotografií. S plánem lze aktivně pracovat, u zobrazených ploch je možné například selektivně zobrazovat pouze konkrétní formát a termín. Pokud má nabídka více typů nosičů a termínů, lze si například zobrazit pouze plochy formátu billboard na období červen. V případě, že některý reklamní nosič nevyhovuje požadavkům, klient plochu jednoduše označí „odmítnutím“ při prohlížení v mapě a zašle výběr finálních ploch zpět do agentury.

AD · MAP
OOH
POWERED BY MEDEA GROUP

AD MAP používáme jako interní nástroj pro plánování kampaní již od roku 2015. Jedná se tedy o aktivně používaný lokální nástroj, který významně usnadňuje a zpřehledňuje práci při výběru OOH ploch, jak z pohledu klienta, tak i agentury.

Čtyři hrdinové, aneb nová kampaň protonového centra

V dubnu točili specialisté z Médea Creativity v žižkovském studiu Pokrok nové TV spoty pražského Protonového centra (PTC).

PTC je v současnosti jediným zařízením v ČR, které poskytuje moderní ozařování protonovým paprskem. Při léčbě onkologických nemocí má tak protonová léčba mnohem větší úspěšnost než klasické fotonové ozařování, navíc s sebou nese mnohem méně nežádoucích účinků.

Nová kampaň Protonového centra stojí na myšlence „Řekli to za nás“ a představuje čtyři vyléčené pacienty, kteří v PTC prošli protonovou terapií. Ti v TV a rozhlasových spotech i tiskové a online komunikaci vyprávějí příběh své nemoci a vyléčení.

Celodenní natáčení v rukou režiséra Vítka Bělohorského bylo intenzivní po všech stránkách. Příběhy, které vyléčení pacienti sdíleli, byly mimořádně silné. Protagonisty

různého věku a s různými diagnózami však spojovala velká odvaha a odhodlání, díky nimž se dokázali vyléčit. Nejspíš i proto, že si dokázali prosadit léčbu právě v PTC.

Být svědkem jedinečných autentických výpovědí je velmi strhující, dojemné a není pochyb o tom, že tyto kvality nesou i spoty a printová reklama. Tato kampaň je totiž svou nevyumělkovaností a opravdovostí naprosto výjimečná.



Online data – jaká existují a k čemu se využívají

V Médea Interactive pro vás využíváme data strategii založenou na segmentaci publik v rámci DMP (Data Management Platformy).

A abychom se s vámi mohli podělit o příklady specifických nastavení a optimalizací, rozhodli jsme se pro vás připravit seriál článků o datech a také nástrojích, které aktivně využíváme a které nám pomáhají dosahovat v kampaních plánovaných výsledků. Takže da ta ta ta... a jdeme na to!

Základním kamenem efektivního využívání vložených prostředků do online kampaní jsou online data, zaznamenávaná nejčastěji pomocí online identifikátorů (například cookies) a informací k nim vztaženým. Používáme je k hlubšímu pochopení chování zákazníka v prostředí internetu a k analýze vlivu našich kampaní na jeho rozhodování. Jaká je jejich typologie, jak s nimi pracovat a co stojí za jejich efektivitou v online marketingu? Tyto otázky si položíme v následující sérii článků na pokračování.

Online data pro cílení kampaní se obecně rozdělují do tří skupin nazývaných anglicky 1st, 2nd a 3rd party data. 1st party data jsou ta, která jsou naše vlastní, jsme tedy jejich majiteli. V případě, že bychom byli online knihovnou, byly by to informace o našich zákaznících – počet přečtených knih, stránek, frekvence návštěvy webu nebo utracená částka. Jsme také schopni využít klientské CRM systémy při synchronizaci dat a oslovovat vlastní uživatele – zákazníky s různými informacemi o zakoupených či nových produktech. 1st party data jsou nejkvalitnější a nejrelevantnější data, která je možné v online marketingu využít.

2nd party data jsou 1st party data někoho jiného. Pokud bychom jako online knihovna chtěli lépe zacílit naši online reklamu, mohli bychom navázat spolupráci s online videotékou a využít data o jejich uživateli s cílem rozšíření zásahu naší kampaně. Tato spolupráce by vedla k zobrazení relevantní reklamy s knihami se sci-fi tématikou sledujícími Star Wars filmy na partnerských stránkách.

3rd party data jsou ovšem stále nejvyužívanějšími daty v online marketingu. Jedná se o data, která jsou sesbírána na dodavatelských stránkách externích společností. Tyto společnosti poté sesbíraná data dále segmentují a rozdělují do jednotlivých subsegmentů. Nejširšími segmenty jsou sociodemografická data, tedy věk, pohlaví a příjmové skupiny. Pokročilejšími segmenty jsou zájmy o cestování a sport. Mezi nejúžší segmenty pak patří například zájem o hypotéku nebo o koupi vozu. Používání tohoto typu dat je v online marketingu nejrozšířenější, jelikož jejich počet bývá většinou daleko širší než naše vlastní data.

Češi a oblečení z druhé ruky

Téměř každý pátý obyvatel ČR nakupuje alespoň někdy oblečení v bazarech a secondhandech. O tom, jestli zde nakupují více ženy nebo muži a jaká věková skupina je nejčastější, se dočtete v case study, kterou si pro vás připravili specialisté z oddělení Médea Research.

Drtivou většinu z obyvatel nakupujících v těchto prodejnách tvoří ženy ve věku 20–59 let s vyšším vzděláním a dětmi. Bazary a secondhandy využívají především lidé z Prahy, Středočeského, Jihomoravského a Moravskoslezského kraje.

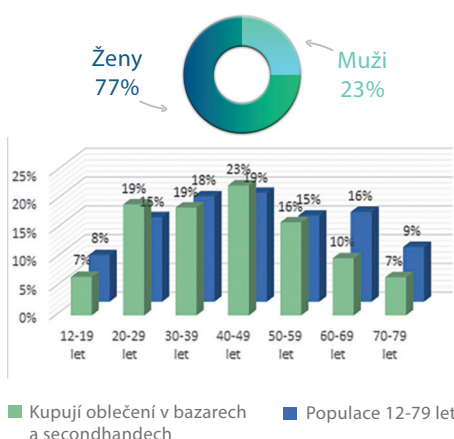
Mezi nejznámější hráče na našem trhu patří inzertní weby Bazoš, Aukro (prodej přes aukce), Sbazar, Mimibazar a Letgo. Online bazar Letgo sice letos oznámil odchod z našeho trhu, ale později změnil názor a na trhu pravděpodobně zůstává i nadále. Všechny tyto inzertní weby se nesoustředí pouze na prodej oblečení, ale prodávají více produktů.

Mediálně neaktivnější bylo Letgo roce 2017 i 2018. Za první čtvrtletí 2019 však

v souvislosti s uvažovaným odchodem mediálně aktivní nebylo.

Hlavní inzertní používají v media mixu především televizi, internet a rozhlas. Z větších online bazarů využil pro svou komunikaci inzerci v tisku pouze Mimibazar.

Kupují oblečení v bazarech a secondhandech



CO NOVÉHO V TITULECH

AUTO TIP

Speciál: AutoTip Klassik. Vychází 19. 8. 2019, uzávěrka 30. 7. 2019.

BARVY PROFÍ

Téma: Nátěry kovů. Vychází 3. 9. 2019, uzávěrka 29. 7. 2019.

BLESK PRO ŽENY

Příloha: Léto ještě nekončí - dovolená LM. Vychází 29. 7. 2019, uzávěrka 9. 7. 2019.

ČAS NA LÁSKU

Speciál: Nejlepší příběhy. Vychází 30. 7. 2019, uzávěrka 9. 7. 2019.

DENÍK BYDLENÍ

Téma: Hobby (doma i na zahradě). Zahradní nábytek. Spotřebiče pro zahradu a kutily. Nákup a pronájem nemovitostí. Vychází 1. 8. 2019, uzávěrka 12. 7. 2019.

DENÍK ZDRAVÍ

Téma: Zdravé oči, péče o zrak. Vitamíny a minerály. Léčebné oleje a masti. Desinfekční a antiseptické přípravky. Léky proti alergii. Vychází 25. 7. 2019, uzávěrka 4. 7. 2019.

DENÍK ŽENY

Téma: Škola. Tipy a rady pro výbavu do školy. Sportovní oděvy a obuv do školy. Cestování a volný čas - kam vyrazit na konci léta. Vychází 8. 8. 2019, uzávěrka 19. 7. 2019.

DOMOV

Téma: Interiér — pokoj pro školní děti, malujeme byt — barevné nátěry pro stěny, vitráž jako výtvarný prvek v interiéru. Elektro — zavařovací hrnce, sušičky ovoce, shakery. Stavba — drobné zahradní stavby — altánky, pergoly, přístřešky, odvlhčení zdí — chemické metody. Vytápění — výměna radiátorů, ventily. Zahrad — barvy a laky pro exteriérové prvky, beton v zahradě — imitace různých materiálů. Finance — platební karty pro děti. Vychází 22. 7. 2019, 2. 7. 2019.

Téma: Interiér — osvětlení, vypínače, elektroinstalace, vešletr osvětlení (Euroluce) v Miláně, ratanový a teakový nábytek, interiérové dveře a kování, chytrý dům a úspora energie. Elektro — volně stojící sporáky. Stavba — stavební materiály pro rodinný dům, komíny a hromosvody, zimní zahrady a jejich vytápění. Vytápění — krby a krbová kamna, teplovzdušné vytápění. Zahrad — přírodní kámen v exteriéru, zahradní jezírka, přírodní biotopy. Finance — výběr a koupě rekreačního objektu. Vychází 19. 8. 2019, uzávěrka 31. 7. 2019.

DŮM A BYDLENÍ

Téma: Moderní technologie. Střešní okna, vikýře. Dekorativní obklady. Vychází 24. 7. 2019, uzávěrka 3. 7. 2019.

Téma: Tepelná izolace - druhy. Podlahy - materiály. Rekonstrukce bytového jádra. Vychází 31. 7. 2019, uzávěrka 10. 7. 2019.

Téma: Mobilní domy. Vytápění plynem. Tepelná čerpadla. Vychází 7. 8. 2019, uzávěrka 17. 7. 2019.

Téma: Řešení garsonky. Koupelna - vany. Studentský pokoj. Vychází 14. 8. 2019, uzávěrka 24. 7. 2019.

Téma: Sanace vlhkého zdiva. Mazlíčci v bytě. Kam-

na na tuhá paliva. Vychází 21. 8. 2019, uzávěrka 31. 7. 2019.

DŮM A ZAHRADA

Téma: Stavba - rekonstrukce podkroví, kuchyně v podkroví. Stavební + právní + realitní poradna. Interiér - dětský pokoj. Spotřebiče do malých prostor. Zahrad - opěrné zídky. Vychází 15. 8. 2019, uzávěrka 10. 7. 2019.

EURO

Příloha: Export. Vychází 5. 8. 2019, uzávěrka 26. 7. 2019.

FLÓRA NA ZAHRADĚ

Téma: Kompost — péče o něj. Kámen na zahradě. Gabiony. Zahradní nábytek — umělý ratan. Speciální nátěry — střechy, beton, kámen. Zahradní technika — pomůcky na péči o živý plot a průklest keřů. Speciální téma — septiky, jímky, ČOV a kalová čerpadla. Rostlina sezony — jahody. Vychází 26. 7. 2019, uzávěrka 5. 7. 2019.

CHATAŘ A CHALUPÁŘ

Téma: Stavba — bezpečný komín, tepelná izolace okenních parapetů, střešní krytina asfaltový šindel. Dílna — plovoucí podlaha. Nářadí — mikronářadí, druhy pil. Zařizujeme — pohovky, stolní nádoby. Zahrad — zahradní nábytek, opory pro popínavé rostliny. Auto — cyklistické přílby. Vychází 30. 7. 2019, uzávěrka 10. 7. 2019.

KRÁSNÝ ROK

Téma: Grilování a pivo. Jídlo — nakládané maso, sýry. Stavba + bydlení — altánky, venkovní kuchyně, party stany. Cestování — grilovací mapa. Zdraví — kosmetika pro muže. Vychází 25. 7. 2019, uzávěrka 28. 6. 2019.

MAGAZÍN+TV PRÁVO

Téma: Cestovatelské problémy, střevní onemocnění, nemoci na dovolené. Domácí lékárna. Stres po návratu z dovolené. Vychází 10. 8. 2019, uzávěrka 18. 7. 2019.

MARIANNE

Téma: Dny Marianne 2019. Zpátky do školy, vybavení studentských pokojů. Jak přežít stěhování. Servis — pracovní židle, podlahy. Cestování — Po-baltí. Finance — jak financovat bydlení (hypotéka, stavební spoření, mají smysl jiné půjčky) a na co se při tom ohlížet, vysvětlení důležitých termínů. Vychází 22. 8. 2019, uzávěrka 19. 7. 2019.

MODERNÍ BYT

Téma: Dětské a studentské pokoje. Sedací nábytk — neformální, alternativní. Stolování — stoly, židle, osvětlení, příbory, talíře, sklo. Koberce. Exteriérové osvětlení. Moderní varné desky a digestoře. Reality. P. S. Textil v ložnici. Vychází 8. 8. 2019, uzávěrka 15. 7. 2019.

MODERNÍ ŘÍZENÍ

Téma: Jak se nezbláznit z práce. Vychází 21. 8. 2019, uzávěrka 23. 7. 2019.

NÁŠ ÚTULNÝ BYT

Téma: Úložné prostory. Nákupy — košíky a sítovky. Inspirace — zpátky do školy, pracovní kout pro

školáka, knihovny. POM — prádelna, financování bydlení, malý byt — chytrá řešení. Tipy — pro děti. Vychází 16. 8. 2019, uzávěrka 25. 7. 2019.

NOVÉ PROMĚNY BYDLENÍ

Téma: Děti — školáci a studenti, dětské pokoje a pracovny. Zabezpečení domu, chytrá domácnost. Elektronika v interiéru. Zahrad — kompostéry. Vychází 8. 8. 2019, uzávěrka 12. 7. 2019.

ONA DNES

Téma: Letní kuchařka. Vychází 22. 7. 2019, uzávěrka 8. 7. 2019.

Téma: Letní kuchařka. Vychází 29. 7. 2019, uzávěrka 15. 7. 2019.

Téma: Letní kuchařka. Vychází 5. 8. 2019, uzávěrka 22. 7. 2019.

Téma: Letní kuchařka. Vychází 12. 8. 2019, uzávěrka 29. 7. 2019.

PĚKNÉ BYDLENÍ

Téma: Stavba - stavíme z betonu. Vybavení domu - beton v interiéru. Vytápění - teplovodní vytápění. Market - studentský pokoj, osvětlení, vany, masážní vany, kuchyňské ostrůvky. Elektro - odšťavňovače a sušičky ovoce. Zahrad — brány, ploty, čištění odpadních vod. Radíme — šetříme za vytápění. Vychází 19. 7. 2019, uzávěrka 27. 6. 2019.

Téma: Stavba — stavíme úsporně — materiály, technologie, okna. Vybavení domu — garážová vrata. Vytápění — větrání a rekuperace. Market — trendy v koupelně, sedací nábytek, vypínače, kliky a dvevní kování, postele. Elektro — žehličky, péče o prádlo. Zahrad — jak si prodloužit léto — zastřešení a vytápění bazénu, zpevněné plochy. Radíme — úsporně spotřebiče. Vychází 23. 8. 2019, uzávěrka 2. 8. 2019.

PODLAHY PROFÍ

Téma: Stavební chemie, dlažby, povrchová úprava podlah. Vychází 3. 9. 2019, uzávěrka 29. 7. 2019.

PSÍ KUSY

Téma: Se psem na vodu. Pes a úraz — hojení ran. Rehabilitace. Hypoalergenní granule. Kočka — produktivní věk u koček. Vychází 12. 9. 2019, uzávěrka 24. 6. 2019.

PUNTÍK

Téma: Cestování po Čechách, hrady, les. Vychází 26. 7. 2019, uzávěrka 1. 7. 2019.

RECEPTÁŘ

Téma: Zahrad — komáři, vosy a ovádi, rozbor půdy a vody, jaké typy jímek lze postavit, zásady pro založení biozahrady. Domov — natíráme plot. Test — plynové grily. Zdraví — vysoký krevní tlak. Vaření — sladkovodní ryby, drůbež. Vychází 25. 7. 2019, uzávěrka 1. 7. 2019.

Téma: Zahrad — jablka pro české zahrady, sušíme houby a ovoce, domácí vinobraní, rákos jako dekorace. Domov — jak na vytápění. Test — sušičky ovoce, hub. Zdraví — artróza a artritida. Vaření — rajské menu, houby. Vychází 29. 8. 2019, uzávěrka 5. 8. 2019.

Speciál: Edice Receptář — Kvašení a nakládání. Vychází 8. 8. 2019, uzávěrka 9. 7. 2019.

CO NOVÉHO V TITULECH

RETAIL NEWS

Téma: Září měsíc biopotravin. Sortimenty - potraviny nejen pro zvláštní výživu. Papírová hygiena. Technologie / vybavení - pulty a obslužné úseky. Obaly / design - obaly nejen pro biopotraviny, aneb balíme ekologicky. Tipy a inspirace — podpora prodeje, servis pro zákazníka jako konkurenční výhoda. Vychází 16. 7. 2019, uzávěrka 3. 7. 2019.

RODINA DNES

Téma: Nemoci kůže. Vychází 19. 7. 2019, uzávěrka 4. 7. 2019.

Téma: Když vlasy nejsou fit. Vychází 2. 8. 2019, uzávěrka 19. 7. 2019.

ROZMARÝNA

Téma: Bydlení — koberce v interiéru, stolování venku, venkovní osvětlení při stolování. Jak na to — doplňky a dekorace pro letní stolování venku, textilní doplňky — ubrusy, prostírání, sedáky, polštářky, koberečky atd. Řemesla — ruční tkalcovství. Kuchyně — grilování. Zahrada — vodní dekorace v zahradě — fontánky, vodotrysky apod., okrasné trávy, rozrazilý, slézové růže. Vychází 9. 8. 2019, uzávěrka 19. 7. 2019.

SEDMIČKA

Speciál: XXL velké křížovky. Vychází 7. 8. 2019, uzávěrka 14. 7. 2019.

SLÉVÁRENSTVÍ

Téma: Formovací materiály. Vychází 27. 8. 2019, uzávěrka 2. 7. 2019.

STAVEBNICTVÍ

Téma: Stavby pro kulturu a vzdělání. Vychází 8. 8. 2019, uzávěrka 11. 7. 2019.

SVĚT KUCHYNÍ

Téma: Povrchy v kuchyni — nábytek, pracovní plochy, podlahy. Varná centra — trouby, varné desky, digestoře. Nábytek — zásuvkové a skříňkové systémy, kování. Úspory vody v kuchyni — baterie, myčky. Varné nádobí — hrnce, pánve, tlakové hrnce. Vychází 21. 8. 2019, uzávěrka 22. 7. 2019.

SVĚT TEXTILU & OBUVI

Téma: Denní a noční prádlo pro podzim a zimu 2019/20. Punčochy a ponožky. Představení firem před veletrhy Styl a KABO. Zdravotní obuv. Kožená galanterie pro podzim a zimu 2019/20. Visual merchandising neboli aranžování prodeje. Sociální sítě — propagujte svou značku. Bankovní produkty pro vaše podnikání. Nabídka prodejních jednotek v OC. Vychází 2. 8. 2019, uzávěrka 19. 7. 2019.

TAJEMSTVÍ VESMÍRU

Speciál: Podzim 2019. Vychází 2. 8. 2019, uzávěrka 22. 7. 2019.

TÝDEN

Speciál: Historie. Vychází 14. 8. 2019, uzávěrka 15. 7. 2019.

VÍKEND DNES

Téma: Cesty po metropolích (seriál). Vychází 20. 7. 2019, uzávěrka 8. 7. 2019.

Téma: Cesty po metropolích (seriál).

Vychází 27. 7. 2019, uzávěrka 15. 7. 2019.

Téma: Cesty po metropolích (seriál).

Vychází 3. 8. 2019, uzávěrka 22. 7. 2019.

Téma: Cesty po metropolích (seriál).

Vychází 10. 8. 2019, uzávěrka 29. 7. 2019.

ZAHRADA PRIMA NÁPADŮ

Téma: Vaříme z darů naší zahrádky - zavařování zeleniny, ovoce. Zahradní pomocníci - hadice, navíječe na hadice, nůžky na živý plot. Zahradní architektura - zahrada na malém pozemku. Semenářství. Soutěž o fotografii nejhezčího balkonu, zahrady. Ochrana proti škůdcům, plísňím — ochrana ovocné zahrady. Drobné stavby — stavba užitkového nebo okrasného záhonu. Balkon, terasa — grilujeme, tipy na grily. Vychází 15. 8. 2019, uzávěrka 24. 7. 2019.

ŽIVÁ HISTORIE

Speciál: Léto 2019. Vychází 26. 7. 2019, uzávěrka 12. 7. 2019.



