

# Obsah

	Prolog	11
<b>1</b>	<b>Reklama v socialistickém Československu</b>	<b>13</b>
	Podzim v Lobkovické zahradě	14
	Časy vítězných výstav	15
	Rapid v normalizaci	16
	Merkur jde do televize	18
	Ve stínu StB	21
<b>2</b>	<b>Rodí se svobodná reklama</b>	<b>25</b>
	Ledy pukají, agentury vznikají	26
	Art Centrum vstupuje na scénu	27
	Porodní bolesti jsou porodní bolesti	29
	Souboj Šebesťák – Kratěna	31
<b>3</b>	<b>Vznik mediálních agentur</b>	<b>37</b>
	Kampaň pro Tankový prapor rozvezly autobusy	38
	Vzniká první mediální agentura	41
	Mediálních agentur přibývá	43
<b>4</b>	<b>Tragické osudy</b>	<b>49</b>
	Když přišly zlé nehody	50
	Největší mysterium mého života	53
	Lavina na hoře přezdívané Černá vdova	55

<b>5</b>	<b>Rodí se reklamní instituce</b>	<b>63</b>
	Česká tvář prvních reklam	64
	První stříbro z Cannes Lions přišlo omylem	67
	Vznikají reklamní asociace	69
	ARA míří do Evropy	71
	Rodí se další instituce	72
<b>6</b>	<b>Osobnosti české reklamní scény</b>	<b>77</b>
	Do cesty Jiřího Kratěny vstoupil heroin	78
	Cesta Evžena Harta	81
	Josef Havelka: žonglující ředitel	85
	Ivan Zachariáš: přivedl ho „Honza Svěrka“	90
	S reklamou si začal mimoděk	92
	Nejsilnější období	94
	Když zadavatel nepochopí režiséra	95
	Fotografovi pomohly lodě	97
	Švankmajer a Svěrák aneb O svědomí reklamy	102
<b>7</b>	<b>Kuponová privatizace a její dohry</b>	<b>109</b>
	Kuponová privatizace nastartovala reklamní průmysl	110
	Pomohla známost ze servisu	111
	Prodej naděje	112
	Kauza Trend	113
	Kauza Alim Karmov: největší tunelář všech dob	116
	Kreativně úspěšná Lotynka najela do zdi	117
	Programoví podvodníci	118
	Bingo pomohlo „udělat“ Renče a položilo agenturu	119
	Setkání s teplickým bossem	121

	Drobní akcionáři, plačte	123
	Devítka na stole jako argument, závody na silnici a nůž letící vzduchem	125
<b>8</b>	<b>Reklama a média</b>	<b>129</b>
	Jak se bojovalo o provize	130
	Reklama objevuje internet	131
	Nastupuje Jaromír Soukup	134
	Muž v ringu	135
	Politika? Prý omyl, ale omyl stále opakovaný	136
	Šikovná pravá ruka	138
	Boj o pooly a bonusy	140
<b>9</b>	<b>Mobilní komunikace změnily reklamu</b>	<b>143</b>
	Mobilní telefony: málem zůstaly celulární	144
	Okřídlený Paegas	146
	Přichází Oskar	149
<b>10</b>	<b>Reklamní skandály a kauzy</b>	<b>155</b>
	Nahá dívka na kříži a český lev na tyči	156
	Raveli chtěla „vyfakovat se světem“	161
	Když chceš víc, než můžeš	168
	Rada v roli cenzora	174
<b>11</b>	<b>Agentury a klienti</b>	<b>177</b>
	Agentury, klienti a osobní chemie	178
	Legenda jménem Kobajaši	179
	Vy nás odposloucháváte?	179
	I muži mají své dny	180

<b>12</b>	<b>Reklama na prahu nového tisíciletí</b>	<b>185</b>
	Střídání stráží	186
	Silná individualita a týmový duch	188
	Průlomové kampaně nového tisíciletí	189
	„Sledujte jejich příběh“	190
	Do reklamy míří komici	192
	Ať se reklama šíří sama	193
	Reklamy duchů	194
	Reklama na Bóbika	195
	Dobrá voda vsadila na chuť	196
	Dvoje nejpopulárnější reklamy desetiletí	199
	Korunní aneb Proč se režisér modlí Zdravas	199
	Neokázale zdařilá Kofola	201
<b>13</b>	<b>Zadavatelé v hlavní roli</b>	<b>205</b>
	Životem se mu stala firma	206
	Muž, který přivedl Chucka	209
	Pak se ozval Oskar	210
	Z Prahy do Prahy přes Maďarsko	212
	Chuck Norris mohl být Travolta	214
<b>14</b>	<b>Reklama se vyjadřuje ke světu kolem sebe</b>	<b>219</b>
	Síla kampaní bez peněz	220
	Smutný klaun	220
	Lejno a zebra	220
	Vypal Lidice v nejkratším čase	222
	Antisanta obletěl svět	224
	Dove bojuje za přirozenou krásu	225

Mnichovská dohoda a druhá nejcennější medaile z Cannes	228
Nahé kalendáře a význam spolupráce	230
Zlín o sobě dává vědět	232
SuperVáclav coby reklama na internetový hosting	233
Reklama v suterénu umění	236
Epilog	239
O autorovi	241
Agentury a jejich jména	242
Kdo je kdo	246
Rejstřík	257