

## Lokomotivy mohou nést reklamní poselství

Po lokomotivách vyvedených v barvách ČEZ – Duhová energie a Českého olympijského teamu, jezdí od poloviny listopadu po českých kolejích další lokomotiva s reklamním poselstvím. Elektrická lokomotiva řady 363.015 propaguje samotné České dráhy, konkrétně její sekci nákladní dopravy, kterou zaštiťuje pod hlavičkou ČD Cargo.

Modrobílá lokomotiva má na svém boku výrazně červenou barvou napsanou internetovou adresu [www.cdcargo.cz](http://www.cdcargo.cz). Autorem grafického ztvárnění lokomotivy je Jiří Milfajt z Communic Research, samotné zbarvení lokomotivy zrealizovala společnost Konting. Ta na podklad vytvořený technologií airbrush využila samolepicí fólii 3M.

Reklamní nátěry železničních vozidel jsou populární nejen v ČR, ale i v zahraničí. Řada reklamních lokomotiv – například v barvách produktů farmaceutických výrobců, značek potravinářských produktů či rozhlasových stanic – jezdí v Německu nebo ve Švýcarsku. Sousední slovenské dráhy (ZSSK) přednedávnem představily lokomotivu v červenobílých barvách Coca-Coly. Znamé jsou také lokomotivy vyvedené v barvách při příležitosti nějaké akce. Třeba rakouské dráhy představily lokomotivu Taurus ve výročním zbarvení rakouské armády.



## Oblečení jako nosič světelné reklamy

Díky korejské společnosti Decoray začíná světelná reklama dobývat i oblasti, o kterých se jí mohlo ještě nedávno jen zdát. Díky speciálním diodám a optickým vláknům může být světelným reklamním nosičem třeba i váš svetr. Materiál všívá speciální robot přímo mezi vlákna. Díky optickému vláknům jsou pak produkty iluminovány nejrůznějšími obrazy, které mohou na povel svítit, blikat, postupně se rozsvěcovat. Využití metody je mnohostranné. Světelné efekty na oblečení nebo školních aktovkách mohou malé děti ještě lépe chránit při jejich pohybu pro frekventovaných přechodech. Zkrátka nepřijdou ani firmy toužící po netradiční prezentaci. Firemní loga mohou doslova zářit z čepic nebo oděvů. Korejská společnost není jedinou firmou, která na trh přináší světélkující oblečení. Italská firma Luminex používá optická vlákna při výrobě skutečné módy. Jak by se vám líbilo mít nevěstu ve světélkujícím spodním prádle?

## Obří multipackery Gambrinus byly všude



Značka Gambrinus spadající pod Plzeňský Prazdroj, vyrukovala s promokampaní pod názvem Jsme jeden tým. Ta se výrazným způsobem dotýká také venkovní reklamy a indooru. Ulice, nákupní centra, parkoviště i pražské metro zaplavili promotéři s obřími maketami multipacků piva Gambrinus v rukách. Úkolem několika desítek promotérů oděných v oblečení značky Gambrinus bylo jediné – nosit či vozit v nákupních vozících velké makety multipacků všude, kde je to

(Pokračování na stránce 2)

## Inovované rolety

Společnost Bellex, prodejce mobilních systémů pro výstavy a prezentace, inovoval svou produktovou řadu Roll & Show. Rolety určené pro jednoduché způsoby byly až dosud standardně upraveny bílým práškovým lakem. Nyní Bellex realizuje výrobu rolet také ve zvoleném odstínu RAL.

V nabídce jsou stříbrná, černá a dva odstíny modré barvy, další pak po vzájemné domluvě. Pro stejný typ rolet také zařadili do prodeje nové osvětlení. Kompletní sada tak nyní kromě rolet obsahuje také subtilní halogenovou lampu s 50W reflektorem, síťový adaptér s přírodním kabelem a vyztuženou tašku.

## Akční balíček lepidel ve spreji od 3M a HSW Signall

Společnost 3M ve spolupráci s HSW Signall připravila akční nabídku tří lepidel ve spreji za cenu dvou (2x 3M SprayMount, 1x 3M PhotoMount). Zákazník navíc dostane dárek od 3M v podobě lepicí pásky 9088 v šíři 19 mm a návínu 50 m. Cena celého balíčku se pohybuje okolo 764 Kč (bez DPH). Zákazník tak má šanci ušetřit zhruba 630 Kč.

SprayMount je přemístitelné lepidlo, které poskytuje rychlý a kvalitní spoj s dostatečnou časovou rezervou pro případné korekce umístění lepených materiálů. Je čiré, nezanechává skvrny, nesvrstává se a stárnutím nekřehne. PhotoMount je lepidlo určené pro trvalé připevnění fotografií, reprodukcí a ilustrací. Má vysokou adhezi, je čiré, neodbarvuje ani neprosvitá tiskem. Protože pomalu schne, ponechává čas pro přesné umístění před konečným přilepením.

V případě pásky 9088 jde o produkt z nové řady oboustranné samolepicí pásky. Je čirá s vysokou teplotní odolností, odolává UV záření a změkčovadlům. Má vysokou počáteční lepidlost, vysokou odlupovou i smykovou pevnost. Je dostupná v nejrůznějších šířích.

## Inkousty Mutoh s prodlouženou životností

Společnost HSW začala prodávat mild-solventní inkousty Mutoh s prodlouženou předpokládanou životností. U stávajících mild-solventních inkoustů Mutoh pro tiskárnu Mutoh Spitfire byla až dosud v materiálech výrobce uváděna očekávaná životnost v exteriéru do dvou let bez laminace. Výrobce inkoustů dále vylepšil jejich složení a použil jiné pigmenty, proto je možné kalkulovat s prodlouženou životností do tří let v exteriéru bez laminace.

**Objednejte si  
ukázkový výtisk  
časopisu SIGN**  
[www.signmagazine.cz](http://www.signmagazine.cz)  
[predplatne@economia.cz](mailto:predplatne@economia.cz)

(Pokračování ze stránky 1)

jen možné, a být tak neustále na očích. „Myšlenka maket několiknásobně zvětšených multipacků je velice jednoduchá a jsme přesvědčeni, že v jednoduchosti je síla,“ vysvětluje původ nápadu Petr Božon, brand manažer značky Gambrinus. Na vzniku nápadu se podílela reklamní agentura Rust2.

V průběhu listopadu dodal Gambrinus na trh celkem 150 tisíc soutěžních multipacků piva Gambrinus. V soutěži Jsme jeden tým je možné vyhrát jednu ze 40 tisíc cen z kolekce oblečení značky Gambrinus.

## Přichází 3D televize

Postavy vystupující z obrazovky klasické televize. Představení 3D televize bylo jedním z největších lákadel nedávno skončivšího veletrhu IFA v Berlíně. S novou technologií vyrukovala společnost Grundig, která jako vůbec první výrobce na světě nabídla divákům skutečný trojrozměrný obraz bez toho, aby na nosech museli mít známé modro-červené brýle, jaké dostávají třeba návštěvníci 3D kina Imax.

Grundig možnosti svého výrobku demonstroval na záznamu zápasu amerického fotbalu, kde při prvním vykopnutí míče směrem k divákům řada z nich instinktivně uhnula. Německá firma na tomto přelomovém televizoru pracovala s dalšími třemi podniky, a to Newsight, 3D Image Processing a Cobalt Entertainment. Podle zástupců podniku by se měly tyto televizory objevit na trhu v roce 2007. Tvůrci televizního obsahu ovšem nejdříve musí začít vyrábět programy v takovém formátu, který by 3D zobrazení podporoval.

## Český outdoor začíná být dynamický

Venkovní reklama v ČR začíná nabírat na obrátkách. V době, kdy je trh přesycen billboardy a jinými statickými plochami, se provozovatelé zaměřují na selekci těchto nových nosičů. Kvalita ploch pro ně konečně začíná být přednější než kvantita. V důsledku toho začínají hledat nové možnosti a ty nejlepší lokality osazují nejvyššími nosiči. Nastává ideální doba pro rozvoj dynamických reklamních ploch. Přední hráči na trhu, společnosti JCDecaux a BigBoard, se už do inovace pustily a nedávno vyrukovaly s reklamními plochami zaručujícími výměnu motivů.

JCDecaux dnes nabízí v Praze rolling boardy v naprosto novém formátu. Viditelná plocha plakátu má rozměry 2,2 x 3 metru, nachází se 2,5 metru nad zemí a nosič nabízí výměnu dvou motivů. Reklamní poutače jsou prosvětlené, technologie má stejné technické parametry, jako je tomu v případě city lightů. Do konce roku plánuje JCD výstavbu celkem 25 kusů. Na dynamických plochách proběhla už také první kampaň. Prezentaci na novém nosiči zvolila jako první společnost Hewlett Packard. Druhá plocha bude vždy vyhrazena zdarma pro nekomerční kampaně magistrátu.

První pilotní etapa instalací nových nosičů má za sebou také BigBoard. Ten má tak nyní mimo jiné ve svém portfoliu scrollingové reklamní poutače nabízející výměnu motivů, nosiče trivision (prizma) a tripoly, jehož všechny tři reklamní plochy se společně otáčejí kolem své osy.

## Roland DG slaví 20 let v Evropě

Firma Roland DG, známá hlavně kombinovanými zařízeními na bázi tiskárna – řezací plotr, slaví letos dvacetileté výročí své existence. Již před 23 lety byl na trh uveden první plotr DXY-100 společnosti AMDEK Corporation, filiálky Roland Corporation – výrobce hudebních periférií. Hned následující rok byl představen první plotr formátu A3 – DXY-800 již pod novou značkou Roland DG Corporation.

A právě před 20 lety, v roce 1985, expandovala tato firma i na evropský trh založením své první joint venture v Belgii – Roland DG Benelux N.V. V tomto roce zároveň představila plotr formátu A2 – DPX-2000. Už v roce 1988 uvedla na trh první řezací plotr, který se dodnes používá – PNC-1000. Postupem času rozšiřovala jak nabídku řezacích plotrů, tak samozřejmě i plotrů modelovacích. Vývoj ale šel dál a v roce 1997 byl představen první kombinovaný plotr CJ-70 a první kombinovaný termotransferový plotr PC-60. Úspěch těchto technologií přivedl v roce 1998 na trh světově první šestibarevnou velkoplošnou tiskárnu s rozlišením 1440 dpi – FJ-50. V posledních pěti letech zdokonaloval nejen inkoustové, kombinované nebo modelovací stroje, ale uvedl na trh i laserové skenery. V současnosti nabízí společnost Roland DG Corporation širokou škálu strojů, od řezacích plotrů přes gravíry, laserové skenery až po tiskové a kombinované plotry o rozměrech od 76 do 2600 cm pracovní šířky.

## BigBoard se mění

Reklamní společnost BigBoard, zabývající se pronájmem out-of-home nosičů, oznámila, že v důsledku fúze došlo ke sloučení společností Magnum a Lucerna Media (LM) s nástupnickou firmou BigBoard Praha. V případě Magnumu se jedná o formální zakončení proběhlé akvizice, LM zaniká a její kompetence plně přebírá BigBoard.

„BigBoard tak nyní zastřešuje celý segment, od reklamního mobiliáře přes bigboardy až k atypickým plochám. Celkově je možné celou fúzi chápat jako zjednodušení organizační struktury skupiny, což by mělo napomoci k vyšší transparentnosti finančních toků a jejich řízení,“ uvedl Marek Pekárek, ředitel BigBoardu.

## Spyron lepil vína

Společnost Spyron realizovala pro klienta reklamní agentury Comtech Group polepy bočních částí kamionů. Atraktivním motivem jsou italská a francouzská vína. Spyron při práci použil polymerickou PVC fólii 3M s laminací.

## Multiexpo rozšířilo nabídku

Společnost Multiexpo, dodavatel materiálů pro signmaking, rozšířila svou dteč řadu produktů pro solvent inkjet tisky o novou skupinu materiálů. Nový produkt pod názvem dteč screen PVC vychází ze skupiny produktů určených pro krátkodobé aplikace s životností do jednoho roku. Materiál je přizpůsobený a primárně určený pro potisk na tiskových strojích používajících solvent inkousty. Multiexpo dodává materiál v lesklé i matné povrchové úpravě v rolích 1,04 x 50 m, 1,34 x 50 m a 1,60 x 50 m. dteč screen PVC tak doplnila chybějící kousek mozaiky PVC produktů pro solvent tiskárny od společnosti Multiexpo.

## Sára s novými promostolkami

Společnost Sára, výrobce POP/POS a merchandisingových předmětů, rozšířila nabídku svých promostolků na osm typů. Kromě tradičních Promo Presto a Promo Rotundo zařadila do sortimentu i promostolky pro větší zátěž, bez topperu, či podnos Promo Berretto s nastavitelnou délkou popruhu pro dynamickou promotion.

**Nezapomeňte a objednejte si  
elektronický newsletter SIGN LINE  
na [www.economia.cz/newsletter](http://www.economia.cz/newsletter)  
nebo na [pdf.sign@economia.cz](mailto:pdf.sign@economia.cz)**

**Elektronická příloha časopisu Sign. Vychází čtrnáctidenně.** Registrován pod ISSN 1801-4984. Kontakt: Sign, Economia, a.s., Dobrovského 25, 170 55 Praha 7; Daniel Köppl, šéfredaktor, tel.: 233 073 150, fax: 233 072 021, <http://www.signmagazine.cz>, [signmagazine@economia.cz](mailto:signmagazine@economia.cz); Pavlína Jonáková, inzertní manažer časopisu, tel.: 233 071 630, fax: 233 072 730, [pavlina.jonakova@economia.cz](mailto:pavlina.jonakova@economia.cz). © Všechna práva vyhrazena. Bez předchozího písemného souhlasu vydavatelství Economia, a.s., je zakázána jakákoliv další publikace, přetištění nebo distribuce (tiskem i elektronickou formou) jakéhokoli materiálu nebo části materiálu zveřejněného v tomto PDF servisu. Společnost Economia, a.s. využívá agenturní zpravodajství ČTK, která si vyhraduje veškerá práva. Publikování nebo šíření obsahu ze zdrojů ČTK je výslovně zakázáno bez předchozího písemného souhlasu ze strany ČTK.