

Oskar v březnu končí, nahradí jej Vodafone

Jedna z nejvýraznějších značek na tuzemském trhu, Oskar, na kterou jsou Češi zvyklí už od roku 2000, úplně zmizí. Náklady s tím spojené se budou pohybovat ve stovkách milionů korun.

Oskar se z českého trhu ztratí už v prvním čtvrtletí příštího roku. Jeho nový majitel Vodafone plánuje plně přejmenování operátora do konce března. Vodafone si pro přejmenování pomalu začíná připravovat půdu. Některé marketingové aktivity už organizuje jen pod jménem Vodafone. Zahájil činnost Nadace Vodafone. Ta navazuje na dosavadní charitativní aktivity Oskara Vodafone. Vodafone se českým zákazníkům představil letos v červenci, kdy své logo přidal k původní značce Oskara. Duální logo se od té doby objevovalo na všech materiálech firmy. Bude ale stále více potlačováno. Zmizí i původní logo samotného Vodafone. Nahradí ho zcela nové trojrozměrné logo světové mobilní jedničky.



Budvar na dně vozíků

Budějovický Budvar připravil předvánoční kampaň na podporu výrobku v místě prodeje na ne-tradičním in-store nosiči. Je jím plastová deska s reklamním motivem, umístěná na dně nákupního vozíku. Jde o vůbec první kampaň na tomto nosiči v hypermarktech v ČR. Podílejí se na ní společností Imige ČR, jež poskytuje nosiče v hypermarktech Hypertnova, kde má exkluzivitu, a In Store Media, která zajišťuje produkci i realizaci exkluzivně v řetězcích Tesco a Globus. Kampaň běží v prosinci v pěti největších Hypernovách (Praha - Česlice, Plzeň, Brno, Hradec Králové a Ostrava), v 19 hypermarktech Tesco a v 10 hypermarktech Globus. „Dno s vizuálem nových lahví netradičně využívá tradiční vozíky k propagaci produktu v bezprostřední blízkosti spotřebitele. Je výborně viditelné a vzhledem k snadnému zásahu může přimět k impulzivním nákupům. V současné době připravujeme druhou vlnu, ve které Budvar bude propagovat své multipackery,“ uvedla Michaela Löblová, senior sales manažerka společnosti Imige. Ta si od nového nosiče hodně slibuje. „Budvar je pilotním projektem, nový nosič hodláme nabízet i jiným,“ uvedla Löblová.



lová, senior sales manažerka společnosti Imige. Ta si od nového nosiče hodně slibuje. „Budvar je pilotním projektem, nový nosič hodláme nabízet i jiným,“ uvedla Löblová.

Naučte mluvit své POP/POS

Reklamní agentura Andy nabízí výrobu mluvících POP/POS. Jedná se o standardní i nestandardní POS materiály, které lze částečně oživit, a to tak, že vysílají v určitém časovém úseku mluvené nebo hrané sekvence. Tyto audio nahrávky se neustále opakují a mají v poměru k využití POS materiálu docela dlouhou životnost.

V POS je přístroj, který má pohybové čidlo. Přístroj se zapne v okamžiku zaznamenání jakéhokoliv pohybu a spustí nahrávku. Napájí ho baterie, není tedy potřeba žádný přívod elektřiny. Přístroj může reprodukovat spot v délce až 30 vteřin. Další variantou pak je, že POS nemá pohybové čidlo, ale čidlo světelné. To znamená, že se zařízení spustí v okamžiku, kdy se v obchodě rozsvítí, a ukončí svoji činnost opět v okamžiku, kdy se zhasne.

Slevy v Kala ReproMedia

Chcete si na konci roku snížit nákupem tiskových, laminovacích materiálů, inkoustů nebo technologií svůj daňový základ? Společnost Kalla ReproMedia zároveň nabízí možnost získat slevy až 20 %. Při jednorázovém nákupu nad 10 tisíc Kč jde o slevu 10 %, nad 20 tisíc Kč 15 % při nákupu nad 30 tisíc Kč získáte slevu 20 %. Sortiment materiálů prodávající nijak neomezuje, záleží jen na přáních zákazníků (stejně slevy platí i pro laminovací stroje Olepo). Slevy se vztahují k cenám bez DPH. Nabídka platí pro objednávky přijaté do 30. 12. 2005 a označené heslem „daně“.

Vutek testuje novinku

První betatesty nového flatbedu PressVu UV 320/400 má za sebou americký Vutek. „Pokusným králikem“ a prvním zákazníkem se stala firma Gigantic Color. Tiskárna nabízí pracovní šířku 320 cm a maximální rozlišení 400 dpi, pracuje se čtyřmi barvami a jejím hlavním účelem je tisk vícekusových zakázek, tedy více kopií od jednoho motivu. Pro tento účel byly optimalizovány tiskové hlavy a stabilita inkoustů tak, aby byla jedna kopie stejná jako druhá. Uživatel může ale tisknout i více jednodukových zakázek najednou, pokud mu vyhovuje maximální použitelné rozlišení. Tak jako ostatní modely řady PressVu i 320/400 tiskne prostřednictvím UV inkoustů.

Taxíky s novou sítí

Novou síť reklamních ploch na stovce vozů taxislužby v Praze odstartovala firma UP Promotion. Pod názvem „Hvězdná flotila“ bude na vozech vyšší třídy (Mercedes třídy E, Škoda Superb) k máni dvě stě reklamních ploch o rozměrech 50 x 27 cm.

Zadavatele z řad náročnější klientely přijde jedna plocha na 4950 Kč za měsíc.

OPRAVA

V minulém vydání Sign Line proběhla zpráva o rozšíření nabídky o nové materiály ve společnosti Spandex. Ve výčtu jejích nových produktů se několikrát omylem objevil název Uralite. Ve skutečnosti jde o fólie Oralite. Novinkou jsou tedy čtyřleté fólie Oralite 5400 Economy Grade a tříleté fólie Oralite 5300 Promotional Grade. Fólie jsou vhodné na výrobu reflexní reklamy, výstražných a informačních značení. Další novinkou jsou reflexní fólie Oralite 5710 Engineer Grade s vodoznakem (sedmileté), které spolu s Oralite 5700 Engineer Grade (sedmileté) a Oralite 5500 Commercial Grade (pětileté) vyhovují požadavkům normy ČSN EN 12899-1:2003. To znamená, že fólie úspěšně prošly certifikačním procesem a lze je použít na výrobu dopravního značení. Certifikáty platí pro ČR, čímž výrobci dopravních značek ušetří jednak 35 tisíc Kč za certifikaci a jednak nemálo času. Aby byla nabídka produktů na výrobu dopravního značení kompletní, doplňují ji Oralite 5071 Lettering Film a Oralite 5010 Screen Printing Inks, které jsou určeny pro výrobu nápisů a symbolů na dopravních značkách.

Konec pouliční reklamy v centru Prahy

V centru Prahy bude od čtvrtka opět zakázána pouliční reklama. Z ulic by měli zmizet lidé, kteří rozdávají propagační letáky. Pokuty budou hrozit také v případech, kdy lidé nosí reklamu třeba na tyčích. Podle magistrátu tyto způsoby propagace mohou obtěžovat Pražany i turisty. Les reklam na tyčích jim často brání v pohledu na historické památky, letáky zase končí na zemi a znečišťují



veřejná prostranství. Dále bude zakázáno šíření reklamy prostřednictvím konstrukcí na automobilech. Do centra nebudou smět ani vozy, jejichž hlavním účelem je propagace různých podniků nebo služeb. Zapovězeny budou i upoutané balony a také zařízení, která šíří reklamu zvukem a obrazem kromě rozhlasu a televize.

Za porušení zákazu bude hrozit až dvoumilionová pokuta. Praha už jednou takzvanou pochůzkovou reklamu zakázala v tržním řádu. Rozdavači letáků a nosiči reklam na tyčích tehdy z ulic skutečně skoro vymizeli. Zákaz ale platil jen dva

roky. Ukázalo se totiž, že byl nezákonný a město jej muselo zrušit. Nynější nařízení město vydalo na základě novely zákona, kterou navrhlo a prosadilo. Už letos před prázdninami magistrát podle jiného předpisu zakázal reklamu na erotické podniky a služby. Nařízení radních nebude platit pro charitativní akce, propagaci politických stran a ohlášené demonstrace. Nebude se vztahovat ani na akce pořádané nebo spolupřádané magistrátem nebo radnicemi.

Šampus servírovaný se světlem

Pořádná party se neobejde bez pořádných světel. A když už světelná show, tak hýřit barvami musí všechno, včetně takového kyblíku na šampaňské. Pražská společnost Osvětlovací technika Vít Pavlů má jeden takový v nabídce.

Mood Light – chladič na nápoje je vyroben z tvrzeného frontového plastu. Pomocí LED SMD diod zabudovaných mezi stěnami je možné vytvářet graduující barevné atmosféry. Do programu lze uložit až 20 barevných proměn. Ty se ukládají a následně i ovládají pomocí dálkového ovládání. Vnitřní dobíjecí baterie umožňuje až osm hodin provozu bez adaptéru. Chladič je možné mýt v myčkách.



HSW varuje: Pozor na mrazy

Zima je tady, a proto nezaškodí připomenout majitelům velkoplošných exteriérových tiskáren, že role médií mohou za nízkých teplot při transportu promrznout a bez aklimatizace na ně nebude možné tisknout. Za velkých mrazů, které přicházejí nepředvídatelně, může role v nákladovém prostoru zmraznout i během přepravy ze skladu k zákazníkovi. Kromě toho, že materiál pak musí několik hodin rozmrazit, kondenzuje na něm i vlhkost. Bez dostatečných zásob médií tedy nelze operativně realizovat velké zakázky. Totéž platí i o zásobách inkoustů.

Pro optimální výkon solventních tiskáren by měla být média aklimatizována v podmínkách, za jakých pracuje tiskárna. Nejsnadnější je prostě mít pár rolí vždy poblíž stroje a stejně tak hlídat i dostatečné zásoby inkoustů. Je proto lepší prověřit své zásoby ještě dříve, než slibíte termín dodávky tisků klientům. I když objednaný materiál dorazí do firmy rychle, před vložením do stroje ztratíte minimálně několik hodin nutných k aklimatizaci média.

Panerie čeká remodeling

Všech 18 prodejen Paneria ze skupiny Delta se může těšit na remodeling interiéru a exteriéru. Jak budou Panerie vypadat, lze vidět už nyní v prodejně v Praze ve Vítězné ulici. V lednu bude následovat remodeling další pražské prodejny ve Vodičkově ulici, pak přijde na řadu Brno a prodejna v České ulici. Proměnou projdou všechny provozovny Paneria do konce roku 2006. Potvrzuje se, že změny lidé vnímají a přitahují je: tržby ve Vítězné ulici v nových pozitivně laděných prostorách vzrostly o 15 %.

Prioritou roku 2006 bude kromě remodelingu stabilizace personálu a kvalita servisu. Panerie patří do společnosti Eureka Shops, která společně se zastřešující firmou Delta Pekárny a společnostmi Delta Frozen Products, Delibake, Harry's Delta, Heli Food a Diet Plus tvoří potravinářskou skupinu Delta. V roce 2004 zaznamenala skupina Delta nekonsolidované tržby ve výši 4,3 mld. Kč.



Objednejte si ukázkový výtisk
časopisu **SIGN**

www.signmagazine.cz
predplatne@economia.cz

Nové vzorníky v HSW

Společnost HSW Signall připravila pro nadcházející sezonu sadu tří nových vzorníků potištěných materiálů pro práci s ecosolventními a mild-solventními inkousty. Do vzorníků zařadila nejoblíbenější materiály potištěné mild-solventními inkousty Mutoh, Technik a Eco-Solvent Plus. Při práci využila různé druhy tiskáren a inkoustů, tak jak jsou nejčastěji zastoupeny v praxi.

Na stroji Mutoh Rockhopper 38 byly použity inkousty Eco-Solvent Plus, vybráno bylo devět médií. Potištěné vzorky formátu A4 jsou zajímavé i pro majitele strojů Roland SolJet. Tiskárna Mutoh Rockhopper I, konvertována na mild-solventní inkousty TechInk, potiskla jedenáct různých médií, která jsou vhodná i do strojů Mimaki JV3 či konvertovaných Rolandů SolJet. Výtisky jsou formátu A3 a dosažené výsledky si lze velmi snadno prohlédnout. Stejnou velikost má i třetí sada stejných materiálů, kde jsou výtisky pořízené na novém stroji Mutoh Spitfire s mild-solventním inkousty Mutoh.

Fespa přibrala další členy

Organizace evropských sitotiskových asociací (Fespa) rozšířila svoji členskou základnu o národní asociace Litvy, Lotyšska a Estonska. Tyto tři státy mají své národní organizace sdružené v uskupení Baltic United Screen Printing Association (BUSPA), právě ta se stala řádným členem evropského sdružení. Kromě toho se staly spolupracujícími členy i organizace z Číny, Thajska a Austrálie. Všechna sdružení byla přijata na konferenci Fespy ve Slovinsku.

FTP s novým plánem rozvozu

Společnost Feron Thysen Plastics, dodavatel plastových materiálů pro stavebnictví, reklamu a průmysl, připravila pro následující rok nový rozvozový plán. V plánu pravidelných bezplatných rozvozu jsou uvedena poštovní směrovací čísla místa dodání a odpovídající den v týdnu.

	Pondělí	Úterý	Středa	Čtvrtek	Pátek
Čechy	100 xx-199 xx	100 xx - 199 xx	100 xx-199 xx	100 xx-199 xx	100 xx-199 xx
	250 xx-253 xx	257 xx	270 xx	279 xx-295 xx	300 xx-349 xx
	267 xx	261 xx-264 xx	350 xx-352 xx	460 xx-469 xx	353 xx-355 xx
	273 xx	373 xx-398 xx	356 xx-362 xx	507 xx-512 xx	
	278 xx		400 xx-441 xx 470 xx-472 xx		
Morava	580 xx-596 xx	702 xx-729 xx	686 xx-688 xx	500 xx-504 xx	679 xx-684 xx
	600 xx-676 xx	733 xx-749 xx	696 xx-698 xx	516 xx-518 xx	690 xx-696 xx
	770 xx-779 xx	790 xx-795 xx	750 xx-769 xx	530 xx-570 xx	798 xx
	783 xx-789 xx			783 xx-789 xx	

Antalis má nového generálního ředitele

Od 1. prosince 2005 dochází ke změně na postu generálního ředitele společnosti Antalis. Novým generálním ředitelem společnosti se stal Rudolf Práger, který má bohaté zkušenosti z papírenského a polygrafického průmyslu. Ve společnosti Antalis (Smoza) pracoval od roku 1992 do roku 1997 jako manažer divize Print. Od roku 1997 do července 2004 zastával ve společnosti M-Real funkci statutárního zástupce společnosti a ředitele prodeje pro ČR a SR. V srpnu 2004 se vrací do společnosti Antalis na post ředitele sektoru Print, aby od 1. prosince 2005 nastoupil na pozici generálního ředitele.



Vánoční výprodej fólií v Bitconu

Společnost Bitcon připravila vánoční výprodej. Týká se samolepicích fólií MACal 8300 PRO (matné) a zažehlovacích fólií Gronal Flock S. Matné fólie MACal 8300 PRO s permanentním akrylátovým lepidlem jsou vhodné pro exteriérové i interiérové aplikace. Výhody tohoto materiálu spočívají v bezproblémovém řezání i drobných písmen, ve snadné a rychlé separaci, velmi dobré rozměrové stálosti. Díky měkkosti a přilnavosti fólie dobře kopíruje podklad. Její životnost pro vnější použití je tři roky, aplikovat ji je možné na sucho i na vodu. Fólie se prodávají v 50metrovém návinu o šířce 615 mm. Bílá a černá za 22 Kč/běžný metr, zlatá a stříbrná za 30 Kč/běžný metr, ostatní barvy za 25 Kč/běžný metr. Všechny ceny jsou uvedeny bez DPH.

Gronal Flock S je nážehlovací fólie se sametovým povrchem pro téměř všechny textilní podklady (100% bavlna, bavlněná směs, 100% polyester, akrylové směsi). Prodává se v sedmnácti odstínech ve dvacetimetrovém návinu o šířce 50 centimetrů. Cena činí 289 Kč za běžný metr.

Remodeling prodejen Julius Meinl dokončen

Nizozemská společnost Ahold dokončila remodeling v říjnu převzatých prodejen Julius Meinl. Přeznačení obchodů společnosti, která u nás provozuje řetězce Hypernova a supermarkety Albert, měla na starosti brněnská společnost Direct Media. Ta v rámci dvou měsíců odstranila veškerou původní grafiku vně i uvnitř prodejen a nahradila ji logotypem Albert. „U každé prodejny bylo též třeba řešit individuální požadavky na in-store grafiku,“ prozradil spolumajitel Direct Media Ivo Lederer. Remodeling prodejen Julius Meinl začal 3. října, kdy obě společnosti oznámily, že převzetí 56 prodejen bylo ukončeno.



Nezapomeňte a objednejte si
elektronický newsletter

SIGN LINE

na www.economia.cz/newsletter
nebo na pdf.sign@economia.cz

Océ má nová média

Společnost Océ uvedla na trh novou řadu jedenácti médií, která jsou určena k potisku v digitálních solventních tiskárnách. Řada zahrnuje jak papíry, tak i třeba samolepicí vinyly nebo textilie.

Zlevněné sloupky

Reklamní agentura Andy nabízí u vybraných sloupů v Praze zajímavé ceny za umístění navigačních a reklamních nosičů. Pronajmout vybrané sloupky si můžete již od 12 tisíc Kč ročně. (Jejich seznam najdete na www.andy.cz v příložených souborech PDF.) Pronájem je možný od 1. února 2006, umístit na sloupky lze libovolné nosiče Flex nebo Ooutbanner či jiné alternativní reklamní poutače. Veškerou logistiku zařizuje agentura.

Polykarbonátové fólie od Kally

Společnost Kalla ReproMedia rozšiřuje nabídku tiskových materiálů o polykarbonátovou tiskovou fólii určenou pro sítotiskové stroje. Materiál v tloušťkách od 175 do 500 mikronů je dodáván v rolích. Polykarbonátová fólie pro sítotiskovou produkci je určena pro výrobu opticky náročných, mechanicky a chemicky maximálně odolných dekorací, jako jsou třeba štítky pro dopravní prostředky či popisky pro výrobní nástroje. Kalla ReproMedia je nabízí ve dvou základních provedeních – čirá fólie (MJ POC 8110) a fólie s krystalickým povrchem (MJ POC 8350).

Tloušťky u obou provedení jsou 125, 175, 250, 380 a 500 mikronů. Polykarbonátový štítek s hladkým a čirým povrchem (MJ POC 8110) je vhodný materiál pro průhledná okénka podsvícených LCD nebo LED displejů. Spolu se štítkem s krystalickým povrchem jsou mimořádně odolné proti mechanickému poškození, proti vlivu rozpouštědel, čistících prostředků, kyselin, benzínu, oleje a maziv (podle normy DIN 42 115).

Odolnost proti teplotám se u obou pohybuje v rozmezí od -100 °C do +125 °C. Povrch lze chránit laminováním nebo zadním tiskem. Výhodou je snadná aplikace lepidla. Ceny se pohybují od 99 Kč/m² u čiré fólie a od 95 Kč/m² u fólie s krystalickým povrchem.