

Sony zkouší graffiti pro propagaci herní konzole

Americká pobočka koncernu Sony zkouší v tamních velkých městech netradiční formu reklamy – graffiti. Pro propagaci populární přenosné herní konzole PSP zvolila obrázky dětí na skateboardech a jiných mezi mládeží oblíbených sportovních náčinů, jejichž tvar firma promítla právě do tvaru konzole. Sony se tak chtělo přiblížit těžko oslovitelné komunitě teenagerů.

Bohužel si reklam všimli také starší obyvatelé měst a například ve Filadelfii nebo v San Franciscu sklidila vlnu nevole. Například radnice Filadelfie již zaslala firmě oficiální žádost, aby reklamu odstranila. Vzhledem k tomu, že tamní radní bojují s jakoukoliv formou graffiti, je jejich snaha pochopitelná. Nicméně je pochopitelné i to, že představitelé Sony se nad dopisem zřejmě dobře pobavili. Firmě totiž hrozí maximálně nevelká pokuta, případně soudní proces, ve kterém se město bude snažit vysoudit profit, který firma bude díky reklamě mít.

„Jdu proti všemu, co se snažíme dělat v iniciativě za zlepšení vzhledu předměstí,“ postěžoval si zástupce filadelfské radnice Pedro Ramos. Město podle něj nečeká, že by firmu nevysoká pokuta zastrašila, spíše sází na to, že stejně pobouření budou i rodiče dětí, kterým není lhostejný vzhled města, a konzoli jim z toho důvodu nekoupí.

Reklamy však nesou nelibě také lidé z opačné skupiny spektra, tedy autoři nekomerčního graffiti. V San Franciscu byly reklamy ozdobeny hanlivými nápisy krátce poté, co se rozneslo, kdo za nimi stojí. Nápisy říkají například „Táhni z mého města“ nebo „Fony“ (narážka na jméno firmy, vychází ze slova Phony, což znamená falešný). Problém vidí kritici také v tom, že reklamy nejsou kreativní, ve všech městech jsou totiž namalovány podle stejných šablon.



První čtyři informační tabule na dálnici D1



Ředitelství silnic a dálnic ČR reaguje na situaci na frekventované dálnici D1 a dokončuje instalaci čtyř, v České republice nových a zcela ojedinělých, informačních tabulí. Ukazatele jsou digitální a umožňují sdělení řidičům měnit ihned podle potřeby a aktuální situace na dálnici. Řidiči budou informováni o aktuálním stavu vozovky, počasí, dálničních kolonách či uzavírkách. Proměnné informační tabule jsou ojedinělou novinkou na českých dálnicích. První čtyři budou umístěny na dálnici D1, přičemž v lednu půjde o zkušební provoz a v únoru již o rutin-

ní. Ve směru z Prahy do Brna to bude na 88,8. kilometru (Humpolec) a na 151,6. kilometru (Jabloňov). V opačném směru z Brna do Prahy potom na 179,9. kilometru (Ostrovačice) a na 124. kilometru (Věžnice). „V současnosti již na příslušných místech stojí portálové konstrukce. Jakmile to dovolí povětrnostní podmínky, tak na tyto konstrukce nainstalujeme informační tabule a začneme systém testovat,“ uvedl generální ředitel ŘSD ČR Petr Laušman. Nejzajímavější na informačních tabulích je, že dokážou řidiče včas informovat o případných dopravních nehodách a místě, kde k takové nehodě došlo. Na tabuli se současně zobrazí doporučený exit, na kterém bude pro řidiče nejsnazší opustit dálnici a vyhnout se tak dlouhým kolonám.

Plexiglas Radiant: Měňavka

Radiant je nová řada PMMA Plexiglas. Na povrchu je z jedné strany aplikován speciální coating, který láme světlo. Deska tak nabízí barvy duhy podle toho, jak se kolemjdoucí hýbe (jak se mění úhel mezi zdrojem světla, povrchem desky a jeho okem). Deska má rozměr 2440 x 1220 mm s tloušťkou 3 mm, nicméně při odběru většího množství je výrobce schopen dodat prakticky jakýkoliv rozměr.

Rockhopper 3 na trhu

Tiskárna Mutoh Rockhopper 3, která měla světovou premiéru na výstavě Viscom 2005, je následníkem úspěšného modelu Rockhopper II. Rockhopper 3 je speciálně upraven pro nové Eco-Solvent Ultra inkousty. Stroj se bude nabízet v 60" (1,65 m) a 90" (2,28 m) provedení. Tiskárna je podobná zařízení Mutoh Spitfire a podobně jako on je standardně vybavena automatickým odvíječem a navíječem pro role do 100 kg. Nejvyšší rychlost tiskárny je 42 m²/hod, typická produkční rychlost v mezích 6,5 až 22 m²/hod. Tiskárna může být osazena 2xCMYK nebo CMYK+LC+LM modelem míchání barev. Po dobré zkušenosti se strojem Mutoh Spitfire je i Rockhopper 3 standardně vybaven sadou pro pravidelnou uživatelskou údržbu.

Dtec dostal cenu

Ocenění Angel Awards časopisu Image Reports dostala v kategorii materiálů řada Dtec, kterou na českém trhu distribuuje Multiexpo. Dtec zahrnuje tři podskupiny materiálů – pro tisk vodními inkousty, solventními barvami a materiály pro finishing.

Dvě firmy mění logo

A nejedná se o malé firmičky. První, kdo změnu loga a claimu oznámil, byl Intel. Původní slogan Intel Inside nahradí údernější Leap Ahead (Skok vpřed). Změna loga se dotkne nejen použitého fontu, ale i vlastních písmen. V současném logu bylo písmeno „e“ oproti ostatním trochu nižší, odtud budou všechna v jedné lince. Intel své logo používal 37 let.

Mnohem starší logo, než měl Intel, však mění Kodak, který kromě fotoaparátů a příslušenství vyrábí i velkoplošné tiskárny. Známé písmeno „K“, stylizované do podoby fotoaparátu, nahradí červený nápis Kodak mezi dvěma žlutými linkami. Produkty s novým logem se už objevily na veletrhu CES v Las Vegas.

Dtec se rozrůstá o inkousty

Další novinkou v produktech společnosti Multiexpo pro rok 2006 jsou inkousty, které se budou nabízet pod značkou Dtec. Jde o inkoustové cartridge pro tiskové plotry Hewlett Packard DesignJet 5000/5500 v provedení Dye i Pigment (UV). Při používání Dtec cartridge zůstávají všechna hardwarová, softwarová a uživatelská nastavení beze změn. Inkoustové patrony se dodávají v baleních po jednom nebo třech kusech (tzv. Multipack).

Projektory nové generace se obejdou bez lampy

Společnost Light Blue Optics vyvinula malé projektory bez lampy, s velmi malou spotřebou energie, které by se mohly stát skutečným přelomem v zobrazovací technice. Technologie představená loni na sympoziu Společnosti pro informační displeje (Society for Information Display SID) v Seattlu je zatím ve vývoji, ale během dvou až čtyř let by výroba kapesních projektorů mohla být realitou. Na vývoji nových miniaturních projektorů se podíleli i vědci z univerzity v Cambridge. Na rozdíl od konvenční optiky s lampou nebo čipem se sestavou mikrozrcadel využívá novinka hologram a laserovou techniku: Dvourozměrný hologram na průhledném mikrodispleji a prosvícený laserem, jenž běžné světlo nakonec láme a dělí tak, že vznikne – bez potřeby další optiky – finální obraz přímo na stěně. To vše v zařízení o rozměrech, které lze např. vestavět do notebooků.

Koncepce holografického projektoru není úplnou novinkou, ale dosavadní technologie neumožňovaly jeho praktickou výrobu, mj. proto, že holografický obraz je kvůli své vysoce komplexní matematické struktuře příliš náročný na jeho propočítávání v případě videa. Laserová technika potřebná ke správnému nasvětlení hologramu byla zase dosud příliš drahá a měla řadu omezení.

Akrylové inkousty: Jen další varianta?

Všechny technologické obory v reklamě se neustále rozvíjejí a nabízejí nové a nové varianty strojů a spotřebních materiálů. Nejnakl. je tomu samozřejmě u tiskových inkoustů. Tak jako před dvěma lety nastal boom alternativních solventních inkoustů nahrazujících drahé a většinou nepřít. kvalitní originální ekosolventní barvy, dnes jde o vývoj a požadavky zákazníků ještě dál. Příkladem



je uvedení nových akrylových inkoustů Akryl-ink firmou Saša Propagace.

Nové barvy jsou určeny pro všechny varianty tiskáren Mimaki JV-3, Mutoh Rockhopper a Roland Soljet. Představila je jako svou novinku firma Eastech na veletrhu Fespa 2005 v Mnichově. „Už při prvním testování mi bylo jasné, že se jedná o další revoluční novinku na trhu s inkousty pro tiskárny. Ihned po skončení výstavy jsme náš firemní Soljet naplnili novými inkousty a praktický provoz běží absolutně bez problému dodnes. Vzhledem k tomu, že v dnešní době je stále více kladen důraz na životní prostředí, rozhodl se náš dodavatel při vývoji zvolit zcela novou cestu. Po zkušenostech s ekoinkousty, které nejsou příliš kvalitní a tisk na běžné materiály je dost problematický, zvolil Eastech řešení zcela ojedinělé, a to barvy na bázi akrylu. Z mého pohledu bylo vyřešeno hned několik problémů se solventními barvami najednou. Za prvé jsou absolutně bezzápachové. Není problém

s tiskem ani v nevětrané místnosti. Inkousty jsou stejně oteru a chemikáliím odolné jako ostatní solventní alternativy (záleží také na použitém materiálu), a tím, že chemikálie i pigment zůstanou při schnutí z 95 % na povrchu materiálu, se tisky vyznačují brilantní barevností.

Nowatron nabízí nové displeje od Barco

Česká společnost Nowatron Elektronika rozšířila své portfolio o dva nové LCD displeje Barco LC-42 a LC-47, výjimečné zejména vysokým rozlišením (1920 x 1080 bodů) a úhlopříčkou obrazovky (42" a 47"). Displeje belgického výrobce Barco poskytují dokonalý a ostrý obraz. Štíhlý design, špičková kvalita obrazu a rozšířená funkčnost předurčují LCD displeje k široké škále uplatnění (dohledová centra a dispečerská pracoviště, broadcast, sportovní, obchodní či nákupní střediska, výstavní stánky). Díky svému rozlišení 1920 x 1080 bodů překonávají Barco LC-42 a LC-47 možnosti LCD displejů s WXGA a nižší rozlišovací schopností. Vysoké rozlišení umožňuje zobrazení většího množství dat na jednom panelu. Pouze High Definition (HD) displej dokáže správně zachytit HD digitální obsah, čímž vzniká nejlepší možné věrné zobrazení, jasný a čistý obraz. Displeje disponují jasem 500 cd/m² a kontrastem 800:1, což jsou důležité parametry pro využití displejů pro reklamní účely.

AVR praskla do podpory outdooru

Prásk. Za tímto názvem se skrývá nový projekt Asociace pro venkovní reklamu (AVR), který má zvýšit povědomí outdooru u koncových klientů – provozovatelů reklamních ploch. Jde o billboardovou kampaň, jejímž cílem je ukázat trhu, jaká je síla venkovní reklamy. „Chceme ukázat, jak se dá z outdooru co nejvíce vyžít a že zdaleka nejde o stagnující reklamní médium,“ vysvětluje záměr akce Kamila Mortimer z outdoor akcent, která má v tříletém vedení AVR na starosti marketing a propagaci venkovní reklamy. Cílovou skupinou kampaně, běžící na třech formátech (billboardy, bigboardy, citylights), jsou koncoví zadavatelé reklamy a zástupci reklamních a mediálních agentur. „Hlavním cílem je prezentovat těmto lidem fakt, že ideálním výběrem mixu outdo-

(Pokračování na stránce 3)



Objednejte si ukázkový výtisk

časopisu **SIGN**

www.signmagazine.cz

predplatne@economia.cz

Největší plazma

Ač je veletrh CES v Las Vegas přehlídkou nejnovějších trendů ve spotřební elektronice, občas se vyskytnou exponáty, které jsou zajímavé i pro náš obor. Letos to například byla největší plazmová televize na světě, představená koncernem Matsushita pod značkou Panasonic. Její úhlopříčka měří 103 palců, tedy 262 cm. Do běžného obývacího je sice taková obrazovka pěkná, nicméně při podobném rozměru se dá uvažovat i o reálném využití jako kvalitního reklamního nosiče. Díky úhlopříčce totiž takovou obrazovku nepřehlédnete. Plazmovka je připravena i na rozlišení HDTV, dokáže zobrazit až 1920 x 1080 bodů.

Soutěž Duhový paprsek

Koncem roku 2005 vyhlásila společnost M.I.P. Group soutěž o nejlepší signmakingovou realizaci za rok 2005 Duhový paprsek. Do soutěže se může přihlásit realizátor, zadavatel nebo autor s pracemi, které byly použity nebo vyrobeny v roce 2005 a sloužily k reklamním i nekomerčním účelům. Soutěž probíhá v několika kategoriích: Světelná reklama, Reklama outdoor, Reklama indoor, Mobilní reklama a Nekomerční reklama. Uzávěrka přihlášek je stanovena na 22. ledna 2006. Více informací najdete na www.reklama-fair.cz.

Kalla ReproMedia má nové stojany

Nabídka prezentačních stojanů ve společnosti Kalla ReproMedia doznala opět dalších změn. Koncem roku 2005 přibýly dva nové stojany typu Roll-Up, verze Lite a verze De-Luxe. Ceny se pohybují od 1940 Kč bez DPH.

(Pokračování ze stránky 2)

orových médií, ruku v ruce s kvalitní kreativitou, lze dosáhnout vysokého efektu kampaně a ideálního zásahu cílové skupiny. To vše za relativně zajímavých finančních podmínek,“ dodala Mortimer. Kampaň běží pouze v Praze, její rozpočet přesahuje milion korun. Projekt bohužel nenašel podporu společností mimo asociaci. Naopak výrazným způsobem se do celé akce zapojila společnost Ateliér Spektrum, která AVR věnovala veškeré tisky i kreativní zpracování námětu. AVR chce výsledky kampaně prezentovat trhu v průběhu února.

Mutoh a Geodis: Nové inkousty i slevy

Firma Mutoh uvedla na trh společně s novou tiskovou technologií Rockhopper 3 i novou řadu inkoustů Eco-solvent Ultra. Inkousty jsou o 20 % levnější a mají lepší vlastnosti než stávající varianta Eco-solvent Plus. Jedná se především o širší barevný gamut, rychlejší schnutí a fixaci inkoustu na povrchu tiskového média, vyšší mechanickou a chemickou odolnost. Nové inkousty mají širší kompatibilitu s levnými necoatovanými tiskovými médii a současně zvyšují produkční rychlost tisku. Výrobce připravil pro stávající uživatele tiskáren Rockhopper konverzi na tyto inkousty v několika etapách. Momentálně je k dispozici konverze tiskáren Rockhopper II 4 heater (se čtyřmi topnými tělesy) a v další etapě se počítá s konverzí tiskáren Rockhopper II 2 heater (dvě topná tělesa) a Rockhopper a Rockhopper 38.

Pribina testuje účinnost POP

Společnost Pribina se rozhodla otestovat efektivitu nástrojů in-store komunikace pro vybrané výrobky ze svého sortimentu v hypermarktech řetězce Inter-spar. Konkrétně se jedná o testování nového merchandisingového konceptu sekce krájených sýrů a sady POS materiálů pro výrobek Pribináček Smajlík.

Vytvořením nového konceptu category managementu v sekci krájených sýrů se Pribina snaží o reflektování potřeb zákazníků, tedy o zlepšení orientace v sekci a ke vzbuzení většího nákupního impulsu za pomoci implementace POP. Test, který je součástí projektu měření efektivity POP/POS asociace POPAI, byl zahájen v listopadu 2005. Koncept zahrnuje nové řešení merchandisingu podpořené speciálními POP materiály, jeho součástí je také komunikace a edukace zákazníka. Cílem je zvrátit nepříznivý trend, kterým prochází v posledních letech krájené sýrové úseky nejen na českém trhu, ale v celé Evropě.

Pribina se rozhodla zapojit do testování také POS materiály Smajlík. V rámci detailních analýz totiž výrobce zjistil, že existuje poměrně rozsáhlá báze zákazníků Smajlíku, kteří výrobek opakovaně nakupují, v rámci průzkumu však bylo konstatováno, že velké procento zákazníků má problém produkt nalézt. Kvalitní POP by tak kromě vzbuzení nákupního impulsu mohl napomoci k lepší orientaci v kategorii a vést ke snazšímu nalezení produktu. Sadu testovaných POS materiálů tvoří podlahová grafika, shelf flags, shelf strips a plastové prezentory. Tyto prostředky in-store reklamy jsou během uvedeného období testovány jak v různých kombinacích, tak v kompletním nasazení.



Canon předvede na Ipxu nové technologie

Na veletrhu IPEX, který se uskuteční v Birminghamu v dubnu 2006, společnost Canon uvede na trh nové technologie. Zvláštní důraz bude kladen na její nové portfolio digitálních barevných produkčních tiskáren a řešení. Společnost Canon na veletrhu předvede svou vlajkovou loď – digitální barevnou produkční tiskárnu imagePRESS „X“, která byla navržena tak, aby splňovala nároky na digitální barevný tisk v sektoru komerčního tisku, profesionální grafiky a podniků. V rámci ukázek produktů bude předvedena zcela nová technologie, která zákazníkům nabízí trvale vysokou kvalitu, odolnost a stálou výstupu.

Představeno bude také netrpělivě očekávané zařízení imagePRESS „Y“, které je vybaveno motorem zařízení určených pro obor profesionální grafiky a poskytuje vysokou kvalitu barev a konečně flexibilitu, jež zákazníkům Canon umožní přizpůsobení a rozšíření jejich působnosti na různé trhy.

Představení produktů imagePRESS „X“ + „Y“, které disponují novou produktovou platformou a technologií, znamená vstup společnosti Canon na trh s prvotřídními, vysoce kvalitními barevnými digitálními tiskovými zařízeními. Součástí expozice budou rovněž nejnovější velkoformátové tiskárny Canon určené pro oblast profesionální grafiky a aplikace CAD, které předvedou vysokou kvalitu a rychlost neustále se rozšiřující produktové řady Canon.

Nezapomeňte a objednejte si
elektronický newsletter

SIGN LINE

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

TriSolv papíry druhé generace

Společnost Multiexpo nabízí od nového roku materiály TriSolv v nové vylepšené kvalitě, tzv. TriSolv druhé generace.

TriSolv papíry jsou na trhu solvent materiálů unikátním prvkem už od svého počátku. Vždy se profilovaly jako materiály pro kvalitní fotorealistický a fotografický tisk. Díky speciálnímu coatingu, který byl vyvinut pro tento typ papírů, jsou tiskové materiály automaticky voděodolné a vodotěsné, což tyto papíry předurčilo pro venkovní aplikace, jako jsou plakáty, citylight tisky, velmi kvalitní billboardy a fotky. Řada TriSolv papírů se skládá z papíru BlueBack polomat (120 g) určeného pro velmi kvalitní billboardové aplikace s modrou zadní stranou, která blokuje průsvit přelepeného tisku. Dalším je WhiteBack (135 g) s bílou rubovou stranou pro tisk plakátů nebo citylight aplikací, a na závěr nejprodávanější 200g papír pololesklý pro nejvyšší fotografickou kvalitu. Nová generace ještě předčí stávající vlastnosti TriSolv papírů. Dojde k vylepšení venkovní odolnosti a díky upravenému coatingu se při tisku na novou kvalitu také sníží spotřeba inkoustů.

Trojnásobný úspěch Canonu

Společnost Canon Europe slaví trojnásobný úspěch při udělování ocenění BERTL Reader's Choice. Na základě hodnocení těch nejzkušenějších kupujících zákazníků a uživatelů digitálních zobrazovacích zařízení ze 47 různých zemí světa společnost Canon získala ocenění v kategoriích Cena koncových uživatelů za kvalitu barevného obrazu, Cena nezávislých partnerů a Cena prodejců za řadu monochromatických produktů.

Ocenění BERTL Reader's Choice nezískávají jednotlivá zařízení, ale výrobci, a to za celkově vynikající parametry v konkrétní produktové řadě. Ceny se udělují na základě výběru čtenářské základny tohoto vydavatelství, kterou tvoří prodejci i koncoví uživatelé. Canon i v tomto případě zaujímá dominantní pozici, což je důkazem nejen silných vztahů s jeho partnery a zákazníky, ale i jeho trvalé snahy a úsilí nabízet produkty splňující požadavky trhu,“ uvádí Roberto Báez, senior viceprezident oddělení Client Relations vydavatelství BERTL.