

Drupa 2008: Inkousty třikrát jinak

Na Drupě bylo nemožné si nevšimnout hned tří nových „inkoustových“ technologií pro velkoplošný tisk. Kdy se dočkáme masivního rozšíření?

Společnost Océ sice poprvé představila svoji novou technologii ColorWave už 4. května ve Venlu v Nizozemsku, kde má svoji centrálu, nicméně jednalo se pouze o představení pro novináře. Veřejnost mohla poprvé vidět tuto novinku až na Drupě. Součástí tiskárny ColorWave je i nový systém inkoustů v pevném skupenství – Océ Crystal Point. Technologie je chráněna celkem více než dvaceti patenty a spojuje přednosti z tonerové technologie, dosud používané výhradně pro monochromatický velkoformátový tisk, a technologie inkjetové, používané pro tisk barevný. Kuličky Toner Pearls, které tiskárna používá pro tisk, jsou ve CMYK barvách a na papír je nanáší tiskové hlavy Océ Image Device.

Kuličky pro jednotlivé barvy je možné doplňovat i během tisku. Samotný tisk probíhá tak, že kuličky se roztaví a na médium je přenesena speciální tisková hlava už jako kapalinu. Ta však v momentu dopadu na materiál zaschne a s výtiskem je tak možno ihned manipulovat. Tisknout se dá bez problémů i na necoatovaná média, dokonce i na nejobyčejnější grafický papír.

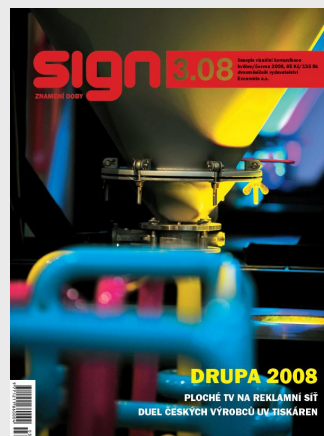
A právě vytištěný vzorek tohoto papíru se nám podařilo získat – do příštího čísla připravujeme test tohoto materiálu při použití na citylightech. Takže se nechme překvapit, jaká bude výdrž. A přejme si, aby svítilo slunce, abychom měli „pekelné“ testovací podmínky.

Hewlett-Packard na to šel poněkud odjinud než jeho konkurent.

Hlavně zůstal u konceptu kapalinového inkoustu a vsadil na latex. Jeho latexové inkousty jsou vhodné na tisk jak interiérové, tak exteriérové grafiky (POP, výstavy, billboardy, auto grafika atd.). Výrobce se dušuje, že s novými inkousty je možné potiskovat jakákoliv média včetně těch nejlevnějších, necoatovaných. Doufáme, že to bude pravda, a ne jako v případě ekosolventů první generace různých výrobců, které tuto možnost sice deklarovaly, ale v praxi byly výsledky diskutabilní.

Podle HP produkují latexové inkousty velmi malé množství VOC (těkavých organických sloučenin) a žádné ozonové emise. Neobsahují ani nebezpečné látky znečišťující ovzduší (HAP). K tiskárně tak není potřeba žádná ventilace, což ušetří náklady na pořízení. A konečně poslední inkoustovou novinku představil na Drupě rakousko-italský Durst. Ten je ze všech tří zmíněných firem nejkonzervativnější, jako platformu pro svoji novinku zvolil klasický UV inkoust (koho by před pěti lety napadlo, že UV inkoustu budeme říkat klasický). V Durstu si správně uvědomili, že jednou ze základních vlastností některých plastových desek je jejich schopnost se tvarově přizpůsobit vlivem tepla. V takovém případě ale nebylo možné desku potisknout.

Právě novinka Durstu tento problém řeší, takže nyní již můžete plastovou desku potisknout v UV tiskárně a následně ji natvarovat. Inkoust je prost VOC a podle výrobce je i ekologicky přátelský (tisková zpráva doslova uvádí, že na obalu nenajdete „dead fish sign“, tedy značku mrtvé ryby). Inkousty Rho TH jsou použitelné na tvarovatelné plasty, tedy ABS, polystyrén a PVC, jedinou podmínkou je, že ohyb nepřekročí 90° a vzniklá hrana bude mít více než 10 cm hloubku. Pak se můžete těšit na plynulý obraz bez popraskání. Inkousty jsou využitelné v tiskárnách Rho řady 600, 700 a 800. Více si o Drupě přečtete v novém Signu, který vychází už tento týden.



Objednejte si předplatné
časopisu SIGN

www.signmagazine.cz
předplatne@economia.cz
tel. 800 11 00 22

economia
OBSAH ROZHODUJE

Staropramen s další fází

Nový spotem a sérií třech outdoorových vizuálů odstartoval Staropramen další část své image kampaně. Po narozeninách křečka nabádá muže v duchu hesla „Kdy si naposled udělal něco jinak“ k zorganizování párty pro své expřítelkyně.

Staropramen image kampaní, která začala v dubnu spotem o narozeninové oslavě křečka, cílí na lidi vyznávající aktivní životní styl. Vytvořila ji agentura Young&Rubicam.

Rengl s novinkami v Brně

Společnost Rengl, zabývající se přípravou a realizací plakátovacích kampaní, zařadila do nabídky 51 plakátovacích ploch umístěných především na území městských částí Brno-sever a Brno-střed.

Celkem tak v Brně nabízí 482 plakátovacích ploch. Nově byla také zavedena služba výběr ploch, v rámci které mají klienti možnost si při zadání objednávky vybrat konkrétní plochy, na kterých budou jejich plakáty vylepeny.

TeckThunder: novinka jako hrom

Tepede CZ přichází na český trh s novinkou od Teckwinu. Jedná se o UV hybridní stroj Teckwin TeckThunder, který byl poprvé představen na veletrhu Drupa, a nyní přichází na český trh. Jak již bylo řečeno, jedná se hybridní tiskový stroj s tiskovou šíří 1640 mm a možností potisknout předměty o tloušťce 15 mm. Díky těmto parametrům je stroj ideální pro využití v obalovém a POP průmyslu. Stroj využívá čtyři tiskové hlavy Xaar 760 s měnitelnou velikostí kapky pro CMYK a dvě hlavy (Pokračování na stránce 2)

Čtete časopis SIGN!

Ukázkový výtisk **ZDARMA** si můžete objednat
na internetové adrese

<http://ib.ihned.cz/predpl/a/nazk.php?tit=SI>



Valná hromada Sdružení dodavatelů pro signmaking

Dne 18. června se uskutečnilo pravidelné setkání členů Sdružení dodavatelů pro signmaking ČR. V úvodu jednání byl představen nový člen za společnost Antalis, RNDr. Vladimír Matuš, manažer divize digitálních médií. Z avizovaných bodů byla přednesena zpráva o činnosti legislativní komise k revitalizaci sávacího stanov Sdružení, kterou přednesl tajemník Zdeněk Sobota. V návrhu se probírali hlavně nové úpravy spojené se členstvím ve Sdružení a nově zabudované standardy vyplývající s Etického kodexu.

Zpráva o činnosti vzdělávací komise přinesla informaci o semináři ve spolupráci s asociací POPAI CE. Přinesla podrobnější informace a také směry k dalšímu vývoji v této oblasti.

V následujících bodech proběhla informace o připravované schůzce s Drážním úřadem, kde chtějí členové apelovat na zákaz okenní grafiky na tramvajích a autobusech v Praze.

Den signmagnu Brno, proběhla informace o akci, organizační a strategické záměry v přípravě celé výstavy. Termín výstavy je směřován na 30. 10. 2008.

Proběhla informace o nově navázané spolupráci s Evropskou Signmakingovou Federací a další kroky jakými bude setkání zástupců sdružení. Vzdělávací komise pak informovala o úspěšném postupu podaného Projektu pro podporu zvýšení konkurenceschopnosti malých a středních firem v segmentu výroby reklamy. Dále byly projednané interní úkoly a činnost sdružení s následnou návazností na diskusi.

Velkoplošné Canony nově

Společnost Canon Europe uvedla dvě nové barevné velkoplošné tiskárny ImagePrograf LP17 a ImagePrograf LP24 na celoevropský trh. Obě zařízení využívají špičkových technologií k rychlému, kvalitnímu a spolehlivému barevnému tisku.

Velkoplošné tiskárny ImagePrograf LP17 a ImagePrograf LP24 jsou určeny ke kancelářskému využití do podniků, vzdělávacích organizací, maloobchodu a institucí státní správy. Lze je využít k tisku široké škály plakátů, například propagačních sdělení, nástěnných či organizačních map, díky čemuž se stane předávání informací zákazníkům, zaměstnancům nebo studentům výrazně jednodušší.

„Nová zařízení přináší znalosti z oblasti profesionálního velkoformátového tisku do prostředí kanceláře,“ uvádí Martin Lucký, produktový manažer divize Canon Business Solutions pro velkoplošný tisk. „ImagePrograf LP 17 i ImagePrograf LP24 splňují ty nejvyšší požadavky na přesnost a rychlost. Konzistence obrazu a přesná reprodukce textů dává plakátům vytisknutým na ImagePrograf LP17 a ImagePrograf LP24 vzhled profesionálního tiskového výstupu.“

Obě zařízení nabízejí i možnost tisku bez okrajů a tisk v úsporném režimu. Díky velkým LCD displejům poskytují ImagePrograf LP17 a ImagePrograf LP24 uživatelsky přátelské rozhraní. Tichý provoz, který neruší při práci, pak ocení uživatelé kanceláří. Tiskárna ImagePrograf LP17 vytiskne dokument velikosti A2 do 20 vteřin, ImagePrograf LP24 dokument velikosti A1 do 33 vteřin, vše při rozlišení 1200 dpi.

Tiskárny jsou dodávány společně s uživatelsky přátelským softwarem PosterArtist, kompatibilním s aplikacemi společnosti Microsoft. PosterArtist umožňuje zákazníkům vytvářet plakáty v pěti jednoduchých krocích bez odborných znalostí a nutnosti přístupu k obrazům ve vysokém rozlišení.

Billboardy nabídnou popis publika

S řešením problému, jak přesně popsat publikum billboardové reklamy, přišla společnost Quividi. Uvedla na trh billboardy vybavené technologií, která určí, kdo stojí před billboardem. Nearchivuje portréty, zjišťuje pouze pohlaví, věk a dobu pozornosti. Cílem novinky, která se právě zavádí v USA a která už byla instalovaná v obchodech společnosti IKEA v Evropě a v McDonald's v Singapuru, je pomoci zadavatelům přesně cílit. Billboardy, jež vidí své pozorovatele, už vzbudily kritiku aktivistů za lidská práva.

„Je to zásah do soukromí,“ říká právník Sam Cocks a doporučuje, aby byly takové billboardy vybaveny poznámkou o přítomnosti kamery a jejím účelu. Kdyby lidé o technologii věděli, byla by podle aktivistů kritika mnohem větší.

Předplatitelé časopisu SIGN mají přístup do on-line archivu zdarma. Stačí se přihlásit na <http://predplatitel.ihned.cz>

(Pokračování ze stránky 1)

Xaar XJ500 pro bílou barvu. Zařízení je vhodné pro zakázky s požadavky na velmi vysokou kvalitu tisku, tiskne s rozlišením 1440 dpi. V kombinaci s univerzálností a vysokou kvalitou tisku jsou aplikační možnosti stroje velmi široké jak na rolové, tak na deskové materiály. Atraktivní cena a velké možnosti zaručují brzkou návratnost vložených investic.

Toyota ve velkém

Společnost Outdoor Praha realizovala nestandardní velkoplošnou realizaci pro klienta Toyota Louwman. Jedná se o umístění skutečného vozu Toyota Auris na zadní straně Metropole Zličín na konstrukci požárního schodiště. Auto je umístěno na podpůrné ocelové konstrukci.

Silk je PMA

Pod zkratkou PMA se skrývá anglický výraz Print Management Agency. Jde o agenturu, která se specializuje na technické konzultace předtiskového a tiskového managementu a přípravy dat do tisku, zpravidla v oblasti obalového designu. PMA především koordinuje zúčastněné strany (designové agentury, tiskárny, továrny, ale i vnitřní oddělení zadavatele jako marketing, právní, produktové či nákupní oddělení) v průběhu celého procesu vývoje obalu. Celkově lze říci, že PMA přinese organizovanost, preciznost, efektivitu a úspory do procesu, který byl doposud v oblasti marketingu jedním z nejkomplikovanějších.

Quo rozšiřuje strojní výšivku

Převzetím zavedené pražské firmy Veselý Veselá posílila reklamní společnost Quo už tak účtyhodnou základnu výroby reklamních předmětů a signmakingu. Ve výrobním areálu v Benešově se během prázdnin rozběhnou další tři vyšivací stroje s celkem devíti hlavami. Quo navíc získá nové profesionály nejen do výroby, ale i pro pražské obchodní oddělení.

Bratislavská policie s image kampaní

Svou dosud největší kampaní hledá nové zaměstnance bratislavská policie. Oslovuje především v hromadných dopravních prostředcích. Kampaň s motivy prázdných tváří je velmi podobná té, kterou nabírala pražská policie. Vytvořila ji agentura Sowa.