

Prezentace novinek značky Mutoh

Dne 2. července 2008 se v sídle firmy HSW Signall v Praze uskutečnila prezentace novinek společnosti Mutoh. Co tedy můžeme čekat na podzim a na konci roku 2008?

Nové a levnější mild-solventní inkousty potěší uživatele tiskáren Mutoh Spitfire a Blizzard. Tiskárna Blizzard se navíc objeví v ekosolventní verzi. Ekologické směřování společnosti Mutoh silně podpoří i nová UV tiskárna Mutoh Zephyr a tiskárna Mutoh ValueJet Hybrid, pracující s inkousty vyvinutými na rostlinné bázi. Mild-solventní inkousty MS Plus přináší širší paletu kompatibilních levných médií a nižší cenu. Nová generace už neobsahuje žádné cyklohexanony, ale barevný gamut a UV odolnost zůstávají stejné. Uživatelé mohou použít stejné profily jako u stávajících mild-solventních inkoustů a tisknout vyšší rychlostí. Po nutné přestavbě mohou nové inkousty využívat i dříve nainstalované tiskárny Mutoh Spitfire a Blizzard.

Nová čtyřbarevná (CMYK) UV tiskárna Zephyr s šířkou 165 cm je osazena čtyřmi hlavami Xaar 760 s proměnlivou velikostí kapky, ty jí umožňují dosahovat výbornou kvalitu tisku. Je určena především pro tisk roll-to-roll, ale je vybavena i sklápěcími stoly pro potisk pevných materiálů až do tloušťky 20 mm. Pro tuto tiskárnu vyvinul Mutoh speciální firemní inkousty pro potisk flexibilních médií, které odolávají i extrémnímu namáhání v ohybu. Stroj využívá zásobníky inkoustů s kapacitou 3 litry pro každou barvu s možností snadného doplňování jednotlivých inkoustů i v průběhu tisku. V nejkvalitnějším módu tiskne rychlostí 8,5 m²/hod., běžná tisková produktivita je na úrovni 20–30 m²/hod. a při tisku billboardů lze využít i maximální rychlost na úrovni 60 m²/hod. Profesionální výbavu doplňuje odvíjecí a navíjecí systém pro role do hmotnosti 100 kg.

ValueJet Hybrid je pak novinka, která by na trhu měla být už ve čtvrtém kvartále tohoto roku, využívá zcela nový typ inkoustů na rostlinné bázi. Je konstruována jako hybridní tiskárna pro potisk rolí i desek. Náklady na tisk by měly být na podobné úrovni jako při tisku inkousty Eco-solvent Ultra. Desky potiskuje max. rychlostí 8 m²/hod. a flexibilní média 9 m²/hod.

Outdoor novinky od Expolincu

Nabídku prezentačních systémů společnosti HSW Signall rozšířily dvě novinky od švédské značky Expolinc. Nové systémy jsou určeny pro exteriérové využití a určitě najdou své uplatnění na sportovních akcích či firemních outdoorových prezentacích.

Horkou novinkou je Expolinc Arena, oboustranný systém s pružinovou konstrukcí a roletkovými základnami, ze kterých se vysunou dva grafické panely o rozměrech 180 x 90 cm (š. x v.). Systém je tedy samostatný, oboustranný a lze k němu přiklopit fixační prvky, kterými se ukotví do země.

Postavíte-li několik systémů Arena vedle sebe, vznikne souvislé hrazení nesoucí zároveň reklamní sdělení. Arena je skvělý nosič reklamních bannerů na všech sportovních akcích. Stejně tak ji můžete použít na firemních akcích a prezentacích v outdooru. Další novinkou je systém Expolinc FlagSystem. Jedná se o exteriérový stojan s variabilní vrchní částí. Záměnou dvou dílů je možno získat stožár pro menší pravoúhlou vlajku nebo pro větší vlajku s obloukovým zakončením. Vše bude dodáváno v jednom balení, záleží pouze na zákazníkovi, kde bude systém využívat a jakou variantu si zvolí pro prezentaci. Součástí balení je také variabilní uchycení k zemi. Lze si vybrat křížový stojan potažený gumou nebo kotvící kůl s rotačním prvkem.



**Objednejte si předplatné
časopisu SIGN**

www.signmagazine.cz

předplatne@economia.cz

tel. 800 11 00 22

economia
OBSAH ROZHODUJE

Nový člen POPAI

Členskou základnu středoevropské pobočky asociace POPAI rozšířila společnost IMIGe Czech Republic, která se specializuje na in-store a indoor reklamní řešení. Asociace POPAI Central Europe sdružuje významné společnosti působící v oblasti in-store komunikace a retail marketingu. Společnost IMIGe Czech Republic si od vstupu do asociace slibuje hlavně přístup k různým marketingovým výzkumům a kontaktům a také zvýšení kredibility členstvím v respektované asociaci.

Tesco charitativní

Netradiční POS kampaň připravila pro léto a podzim společnost Tesco Stores ČR. V rámci svého charitativního programu Tesco charita roku nyní podporuje Sdružení Linka bezpečí, které pomáhá dětem v obtížných životních situacích. Součástí kampaně jsou netradiční POS materiály s nejrůznějšími dvojsmyslnými slogany.

Cílem kampaně je upozornit na různá nebezpečí a problémy, kterým jsou děti a dospívající vystaveni a které jim pomáhá řešit Linka bezpečí. Ve vybraných obchodech jsou také umístěny

(Pokračování na stránce 2)

TEPEDE®
The Specialist for Large-Format Printing

Výstavní 170, 149 00 Praha 4
tel.: +420 233 370 074, fax: +420 233 378 306
e-mail: tepede@tepede.cz, <http://www.tepede.cz>

**Jedinečná věrnost barev
neuvěřitelných rozměrů!**



Získejte zdarma domácí projektor
EMP-DM1 k vybraným velkoformátovým tiskárnám EPSON.

EPSON®
EXCEED YOUR VISION



Výhradní distributor Graphtec – Bitcon

Od srpna je firma Bitcon výhradním distributorem (dovozcem) japonské značky Graphtec pro Českou republiku. V nabídce má všechny řady řezacích plotrů – od nejlevnějších CRAFT ROBO, přes ekonomickou řadu CE-5000 až po profesionální řezací plotry řady FC7000. Kromě toho nabízí Bitcon i deskové plotry této značky.

Podzimní akce u Bitconu

Na podzim tohoto roku připravila firma Bitcon několik předváděcích a školicích akcí, na které tímto zve všechny zákazníky. Říjnový maraton zahajuje praktickým školením polepu, které je pokračováním jarní úspěšné akce. Školení je pořádáno ve spolupráci s firmou Mactac a zahrnuje jak rozšíření si znalostí a praktických dovedností přímo v polepování dopravních prostředků, tak i nově jakousi nadstavbu tohoto základního kurzu – grafickou předpřípravu pro polep aut. Školení bude probíhat ve dnech 13. – 15. října 2008 ve Sportovním centru Nymburk.

Ve dnech 16. – 17. října proběhnou dny otevřených dveří, kde by měl být v rámci podzimní Roland tour show předveden veškerý sortiment značky Roland DG – tiskové, řezací i 2D/3D stroje, včetně podzimních novinek. A 30. října se bude Bitcon prezentovat v rámci Sdružení dodavatelů pro signmaking na výstavě Den Signmakingu v hotelu Voroněž v Brně.

Navrhni svůj bigboard

Tak se jmenuje nová akce značky Gambrinus. Na speciální microsite mohou návštěvníci pomocí mozaiky navrhnout reklamní bigboard. Z nejlepších návrhů pak budou na místech, která si autoři vyberou, realizovány opravdové bigboardy. Součástí microsite jsou také informace o pivovaru, rozhovor se sládkem a kvíz o pívání. Akci realizovala agentura For Internet.



Analýza současného globálního trhu digitálních médií

Německá průzkumová agentura GIM (Gesellschaft für Innovative Marktforschung) realizovala pro asociaci POPAI průzkum, který monitoroval současný globální trh digitální komunikace a jeho potenciál v budoucnu.

Průzkum proběhl v loňském roce a byly při něm analyzovány názory významných nadnárodních společností, jako jsou Wal-Mart, Delhaize, Monoprix, Tchibo apod. Výsledky průzkumů například ukázaly, že dle 81 % dotazovaných společností mají digitální média sloužit ke zlepšení nákupních zážitků a zvýšení spotřeby, 71 % si myslí, že prostředky digitální komunikace by měly pozitivně ovlivňovat image značky, a podle 67 % dotazovaných je úkolem digitálních médií zlepšovat kvalitu místa prodeje.

Až 76 % dotazovaných uvedlo, že digitální média by měla mít cenu srovnatelnou s cenou ostatních marketingových nástrojů. Společnosti oceňují výhody digitálních médií v porovnání s ostatními marketingovými prostředky, a to především flexibilitu a rychlou aktualizaci obsahu či možnost specifikovat obsah dle cílových skupin a dle různých období.

IKEA 2009 v out-of-home

Švédský výrobce nábytku spustil globální launch katalogu na rok 2009, na národní úrovni zkouší IKEA netradiční formy podpory v out-of-home médiích. V České republice, kde letos nově zajišťuje distribuci Mediaservis, dostane katalog zdarma do schránek více než 1,4 milionu domácností. Kromě in-storu, tiskové inzerce a PR v lifestyleových časopisech chystá IKEA roadshow s instalací zvětšené titulní strany katalogu. Nasadí také týmy, které si budou na frekventovaných místech prohlížet katalogy s modrou IKEA taškou přes rameno.

Ve Vídni zahálil velkoformátový banner o ploše 480 m² vchod do nádraží Südbahnhof. Stávající architekturu průčelí přetvořil v regály zaplněné zvětšeninami reálných bytových doplňků. Agentura DDB Berlín vytvořila pro kampaň s claimem „Žij a bydlí po svém“ také minutový televizní spot, ve kterém lidé převážají produkty IKEA každý vlastním netradičním způsobem. V americkém Seattlu je v provozu také pojízdný showroom, v zadní prosklené části nákladního auta je k vidění pokoj zařízený novým sortimentem.

For Arch roste a inzeruje

Devatenáctý ročník veletrhu For Arch, který 23. – 27. září pořádá společnost ABF, bude mít letos větší počet vystavovatelů, kteří v Pražském veletržním areálu v Letňanech využijí novou mobilní halu. Silnější zastoupení mají na veletrhu bankovní ústavy a developéři. Zcela novou platformu For Elektro dostanou firmy z oboru elektro, osvětlovací techniky a zabezpečovacích systémů, které se v dubnu účastní např. veletrhu Ampér a chtějí nyní vystavovat dvakrát do roka. ABF také letos navyšuje rozpočet na informační kampaň. Inzeráty v odborných časopisech doplňuje v srpnu inzerce v denním tisku, v září se přidávají rozhlasové a TV spoty, outdoor a direct mail v okolí místa konání festivalu. Silněji zastoupená bude také reklama na internetu.

(Pokračování ze stránky 1)

těny kasičky, do nichž mohou zákazníci přispívat. Kampaň vytvořila agentura DDB.

Polep aut s motokárami

Společnost Igepa pořádá již poněkoliakát akci pro výrobce reklamy zaměřenou na polep automobilu. Akce se uskuteční 4. září v Indoor Kart Areně v Brně. Zákazníkům bude profesionální školitel předvádět „jak na to“ s materiálem Avery Dennison. Každý z účastníků si může nabyté zkušenosti také vyzkoušet. Po školení budou mít účastníci možnost usednout do motokáry a vychutnat si pravý motokárový závod o ceny od pořadatele.

Osram: velké světlo, malé rozměry

Extrémně plochá dioda MicroSideLED se skvěle hodí do velmi tenkých vodičích vrstev. Je dobře odolná vůči teplu a umožňuje sériové zapojení. Nejjasnější a nejtenčí dioda RGB MicroSideLED společnosti Osram Opto Semiconductors se skvěle hodí do takových řešení, kdy jde v první řadě o rozměry a místo. Vysílá světlo do stran, do mimořádně tenkých vodičích vrstev, a proto je ideální pro mobilní zařízení, jako jsou mobilní telefony, PDA, satelitní navigační systémy a supertenké notebooky.

Kompaktní dioda měří na výšku pouhých 0,6 mm a je osazena třemi barevnými čipy, které je možné jednotlivě ovládat a kterými je možné pokrýt více než 100 % barevné škály NTSC. Výsledkem jsou živé a mimořádně jasné barvy. V závislosti na bílém bodu dosahuje dioda účinnosti 35 až 40 lm/W – což je opravdu hodně, a to díky výkonnému tenkořivému čipu (červená) nebo čipům ThinGaN (zelená, modrá). Zelený čip nabízí nejvyšší svítivost u této barvy na trhu v hodnotě 1 tisíc mCd při proudu 20 mA.

LED Backlights od Helveticy

Společnost Helvetica uvedla na trh produkt LED Backlights. Světlo může být vyzařováno jemně a zlehka pomocí zdroje. Obraz je zde daleko zřetelnější než u předchozích T5/6/8 trubic, zejména díky tomu, že je použit speciální papír, který zredukuje a zjemní světelné záření. Delší doba životnosti činí 50 tisíc hodin, daleko více než u jiných světelných zdrojů (většinou 5 – 10 tisíc hodin), můžete tak ušetřit spoustu času na opravách a dalších doplňkových pracích. Podsvětlovací technologie pracuje na nižší teplotě než jiné světelné systémy, je tak bezpečnější a má delší dobu životnosti.

Nová kampaň Expert Elektro

Retailový prodejce elektrospotřebičů zahajuje novou kampaň k propagaci prodeje s využitím známých osobností. Na více než devíti stech billboardech se objeví populární dvojice Richard Genzer a Michal Suchánek. Billboardy doprovází letáková kampaň a podpoří ji i 380 spotů na Rádiu Impuls.

Veletrh Svět reklamy letos dvakrát

Třetí ročník prezentačního veletrhu Svět reklamy se uskuteční 23. září 2008 v Interhotelu Voroněž v Brně a letos nově i 30. září 2008 v hotelu Diplomat v Praze. Otevírací hodiny jsou v obou případech od 9 do 17 hodin.

Svět reklamy je jednodenní, má jednoduché expozice, nízké účastnické poplatky a vše zaměřuje na jediné – shromáždit na jednom místě pestrou nabídku a v neformální atmosféře ji představit odborným návštěvníkům s reálnou poptávkou. Tento model nízkonákladového veletrhu se ukázal jako úspěšný (např. ve Švýcarsku se těmto akcím říká Tischmesse). Podobnost s nízkonákladovými aeroliniemi není náhodná. Tento koncept také umožňuje účast menším firmám, které nevystavují na nákladných akcích, ale jejich nabídka je přitom velmi zajímavá. První dva ročníky veletrhu se konaly v Brně, neboť na Moravě reklamní veletrh 10 let chyběl. Návštěvníci brněnského veletrhu byli převážně z Moravy a z Vysočiny, v menší míře z Prahy. Přitom Praha a české kraje představují stejný, ne-li větší potenciál návštěvnosti. Proto letos bude Svět reklamy na dvou místech a vystavovatelé i návštěvníci si mohou vybrat podle regionu své působnosti. Většina vystavovatelů volí oba termíny.

Citylight s kamerou

Ve stanicích pražského metra umístila ČSOB zajímavě zpracovanou reklamu. Citylight s kamerou je jednou z částí kampaně na ČSOB Image kartu a tuto kreativní exekuci bylo možné vidět na deseti citylightech v pražských stanicích metra. „Kampaní chceme ukázat, že jako vizuál na kartě je možné použít obrázek dle vlastního výběru, například i fotografii sebe sama,“ řekl Tomáš Brych, ředitel marketingové komunikace ČSOB. Obrazovka na citylightu je ztvárněna do podoby ČSOB Image karty, takže se lidé vidí „přímou na kartě“. „Netradiční nabídka si žádá netradiční zpracování. Věříme, že tím oslovíme především nové klienty, kteří si kartu s vlastním obrázkem pořídí,“ dodal Tomáš Brych. Zároveň tím banka ukazuje, že může nabídnout moderní produkty a služby. Kampaň běžela po celý červenec. Za přípravou kampaně stojí agentura McCann-Erickson a Universal McCann.



Tendr na pavilon Expo 2010

Veřejnou soutěž na souborné dílo expozice a pavilonu na výstavě Expo 2010 v Šanghaji vypsala Kancelář generálního komisaře české účasti. O zakázku v předpokládané maximální hodnotě 182,625 milionů Kč je možné se ucházet do 22. října 2008. Na výstavě Expo 2010 se Česká republika bude prezentovat pavilonem o rozloze 2 tisíce m², což je dvojnásobek oproti výstavě v Aichi 2005. Téma expozice ČR „Plody civilizace“ dává velký prostor pro její kreativní ztvárnění a naplňuje hlavní téma Expo: „Lepší město – lepší život“. Generální komisař Pavel Stehlík uvedl, že při výběru nejlepšího návrhu byl kladen velký důraz na atraktivnost řešení. „Budeme se dívat, jestli je návrh inovativní, okouzluje a využívá prvků, které je možno aplikovat na této výstavě.“ Rozhodující bude také cenová výhodnost, technické řešení a atraktivita opláštění pavilonu, která upoutá pozornost návštěvníků už na dálku. Většinu z 30 tisíc návštěvníků, kteří mají pavilon navštívit, budou tvořit Číňané. Třicet procent plochy pavilonu bude vyhrazeno pro ekonomické aktivity a ekonomickou propagaci země. Jednou z inovací je koncept Expo on-line, který nabídne virtuální prezentaci pavilonu prostřednictvím 3D technologie.

Více kreativity u polepu aut

Společnost HSW Signall zařadila do své nabídky řadu plotrových fólií MACfleet 6500, která je určena k profesionálnímu polepu libovolných dopravních prostředků i s velmi členitým povrchem. Jsou to ideální fólie pro celopolepy automobilů s permanentním čirým solventním lepidlem. Mají tloušťku 55 mikronů a dosahují životnosti až 10 let. Lze je lepit na sucho i na vodu, u členitějších povrchů je nutné lepit pouze na sucho. Tato řada fólií, které lze velmi dobře řezat i separovat, obsahuje 40 různých barev. „Fólie řady MACfleet 6500 jsme do sortimentu zařadili jako výhodný doplněk k velmi oblíbeným potiskovatelným fóliím MACtac JT 5529,“ uvedl Martin Melin, ředitel marketingu společnosti HSW Signall. „Řada obsahuje i metalické odstíny, takže naši zákazníci budou moci při tvorbě grafiky pracovat s větší volností. Vzhledem k tomu, že se jedná o cenově náročnější fólie, budeme je nabízet i v metráži. V rámci zaváděcí akce do 4. listopadu 2008 budou navíc ceny za metr čtvereční v metráži stejné jako při odběru role. Tyto fólie lze perfektně kombinovat s perforovanými okenními fóliemi one way vision MACtac JT 5817 nebo JT 5915.“

Obal roku 2008

Národní soutěž o nejlepší obaly se posunula za poločas svého 14. ročníku. Ve dnech 25. a 26. června se sešly odborná porota a grémium reprezentantů, aby přihlášené obaly, obalové materiály i pomocné obalové prostředky posoudily a vynesly verdikt. Do soutěže bylo přihlášeno 92 exponátů v 6 kategoriích, ocenění Obal roku 2008 získalo 37 exponátů. Letošní ročník přinesl několik novinek. Jednou z nich byla on-line elektronická přihláška, další je vyhlášení zvláštního ocenění Cena předsedkyně komise 2008. Držitel ceny bude vyhlášen až v průběhu Obalového galavečera, který se uskuteční 27. listopadu 2008 v hotelu Olympik Artemis.

Inovace od Marzek Etiketten

Společnost Marzek Etiketten vyvinula etiketu Wine Card se třemi funkcemi. Je na umělohmotné fólii odolné vůči potravínám a neslouží pouze jako etiketa, ale i jako vizitka a navíc může být opakovaně použita jako nálevka k nalévání vína.

Velká inteligentní samolepící etiketa může být potištěna jedno- až čtyřbarevně a dodána v rolích. Vinař pak může Wine Card tak, jak je zvyklý, použít jako přední nebo zadní etiketu za pomoci vlastního etiketovacího stroje. Lepidlo vyschne, takže na Wine Card nezůstanou žádné zbytky.

Již po dvou dnech lze Wine Card zcela jednoduše pomocí praktického snímáče jazyku strhnout a vytvořit z ní nalévací hubici. Tu pak srolovat, nasadit na lahev a bez omezení oplachovat a používat znovu.

CzechTourism s hi-tech

Agentura CzechTourism ukončila veřejnou zakázku na realizaci své nové výstavní expozice na více než padesát veletržích cestovního ruchu v roce 2009. Celkem 12 výstavářských firem doručilo své nabídky, v pátek proběhlo otevírání obálek. Po přezkoumání formalit bude jediným kritériem pro výběr cena, vítězné budou vyhlášeny v září.

Nový návrh z dílny architekta Miro Dopity výrazně mění koncept prezentace ČR jako turistické destinace na světových veletržích. Výrazně zapojuje interaktivní hi-tech prvky, jako je „iBar“ s dotykovým povrchem, který umožňuje projekci vybraných dat na velkoformátovou obrazovku.

V hudební kolonádě integrované do uličky bude kolemjdoucí moci přes náslapné senzory rozvíjet hudební motivy. Nově bude expozice monitorována kamerovým systémem a záznam bude přístupný on-line. CzechTourism hodlá expozici používat příští tři roky v různých variacích na plochách od 40 do 550 m².