

Další ročník soutěže Duhový paprsek

Začátkem prosince byla vyhlášena soutěž o nejlepší signmakingovou realizaci za rok 2009 pod názvem Duhový paprsek. Cílem soutěže je srovnat úroveň produkce českých i zahraničních výrobců reklamy, jenž byla realizována v průběhu roku v České a Slovenské republice.

Soutěž vytváří prostor pro prezentaci výrobců reklamy, je to také skvělá možnost ukázat svou dovednost, srovnat svou práci s kolegy v oboru a lépe se zviditelnit před zadavateli. Dalším cílem soutěže je upoutat společenskou pozornost na signmaking jako takový. Udílení cen 7. ročníku soutěže Duhový paprsek se tradičně propojuje s veletrhem Reklama, Polygraf. Soutěžní práce budou vystavené ve dnech 23.–25. března 2010 na Výstavišti v Praze – Holešovicích. Vyhlášení vítězů pak proběhne 24. března 2010 na slavnostním večeru v historických prostorách Lapidária v areálu výstaviště.

Do soutěže se může přihlásit realizátor, zadavatel nebo autor s pracemi, které byly použity nebo vyrobeny v aktuálním roce a sloužily k reklamním účelům. Podrobné podmínky pro přihlašování prací najdete i na stránce Sdružení dodavatelů pro signmaking www.sign-sdruzeni.cz, nebo na stránkách veletrhu www.reklama-fair.cz. Generálním partnerem soutěže je Sdružení dodavatelů pro signmaking ČR a hlavními partnery se stali čeští signmakeři – společnosti: Feron Thyssen Plastics, HSW Signall, Multiexpo a Spandex.



Vánoční promo nebaví

Spotřebitelům vadí, když značky spojují své promotion s Vánocemi již od listopadu. Vyplývá to z ankety německé agentury Die Gefährten mezi zákazníky supermarketů. Polovinu dotázaných se nelíbí, že se vánoční sortiment nabízí již na podzim, a 65 % si myslí, že by akční nabídky měly začínat později. Třetina je toho názoru, že by obecně reklam s vánoční tematikou mělo být méně. Nicméně, když byli respondenti vystaveni testu reklamních nosičů na prodejnách, 40 % z nich se nechalo pohnout k nákupu.

Startuje další Billborec

Společnost Outdoor akcent vyhlásila pátý ročník kreativní soutěže Billborec, tentokrát na téma Svoboda. Uzávěrka prací je 14. února. Předsedou poroty bude Eda Kauba, kreativní ředitel Euro RSCG.

Veletrh Reklama, Polygraf spolupracuje s Čínou

Pořadatel veletrhu Reklama již šestým rokem spolupracuje s významnou čínskou veletržní správou CEIEC, která kromě veletrhů z jiných oborů pořádá třetí největší signmakingovou akci v Číně pod názvem China Sign Expo (v uplynulých letech nesla název 4N Show). Pro vystavovatele a návštěvníky veletrhu Reklama, Polygraf tak může provozovatel nabídnout cestovní balíček na dny od 20. do 25. dubna 2010, tedy na 5 dnů strávených v historickém a současně velice moderním městě Peking. V ceně balíčku je zahrnuto: návštěva výstavy, atraktivních míst starého Pekingu

(Pokračování na stránce 2)



Předplat'te si SIGN

www.economia.cz/predplatne

economia
OBSAH ROZHODUJE

Xerox má údajně nedostatek toneru

Firmu Xerox zužuje celosvětový nedostatek toneru způsobený zvýšenou poptávkou ze strany zákazníků. S odkazem na své kontakty to na svých stránkách uvedl server Printweek.co.uk. Podle svých slov Printweek kontaktovalo velké množství tiskařů poukazem na nedostatek a dlouhé čekání na další dodávky. Xerox těžkosti nepopřel a uvedl, že jde jen o krátkodobé problémy, které budou velmi rychle vyřešeny. Zda se problém týká i českého trhu nebylo v době psaní zprávy známo, vyšší poptávka po toneru ale může být i známkou pozitivního trendu nárůstu zakázek.

Obalářský seminář na Embaxu

Vytvořit obal, který zaujme – právě tímto tématem se bude zabývat seminář pod názvem Konstrukční design a branding – hlavní stavební kámen pro inovaci obalu, který je pořádán ve spolupráci agenturou CzechTrade a uskuteční se na brněnském výstavišti v rámci 26. mezinárodního veletrhu obalů a obalových technologií EMBAX. Vzhledem k tomu, že se nadcházející EMBAX bude konat souběžně s mezinárodními potravinářskými veletrhy, seminář jistě přinese výrobcům i obalářům mnoho inspirace jak dál rozvíjet své technologie a jak přinášet inovativní produkty na trh.

Na semináři vystoupí evropští odborníci na obalový design. Vedraňá Ajdin z Flex/cocoon se ve svých přednáškách zaměří na funkčnost obalu a jeho význam pro budování značky,

(Pokračování na stránce 2)

bitcon



Roland XC-540 MT

Novinka

- nová barva - metalická stříbrná
- 12 metalických odstínů
- tisk bílou barvou

(Pokračování ze stránky 1)

(Silk street, The Palace, Tian'anmen Square, Forbidden City, Summer Palace, Temple of Heaven), z nejnovějších zajímavostí postavených v rámci olympijských her pak: Bird's Nest a Water Cube. V roce 2010 se veletrh přesouvá do moderních prostor Výstaviště China National Center, ve kterém je možné vidět vystavující firmy z oborů výroby reklamy (digitálních tiskových strojů, gravíry, řezačky, materiály pro digitální tisk, barvy, signage a komponenty pro světelnou reklamu). Pořadatelé slibují 16 000 stánků. Další informace u pořadatele veletrhu Reklama, Polygraf.

Nové tiskárny OKI

Novou řadu černobílých multifunkčních zařízení MB400, které jsou postaveny na platformě starší řady B400, uvedla na český trh firma OKI. Modely MB460, MB470 a MB480 jsou určeny především pro menší a středně velké kanceláře, jimž nabízejí tisk, skenování a kopírování. MB470 je navíc vybavena faxem a MB480 má mimo něj i vyšší kapacitu podavače papíru. Všechny přístroje této série disponují duplexní jednotkou a dosahují rychlosti tisku a kopírování až 28 stran za minutu. Tiskárny standardně nabízejí síťové připojení a oboustranný tisk, rozšiřitelný zásobník papíru s kapacitou až 1 110 stran (u modelu MB480) a vysokokapacitní tonery pro úsporný tisk. Skenovat černobíle či barevné dokumenty lze přímo do FTP či e-mailu. Multifunkce série MB400 najdou uplatnění zejména ve firmách a kancelářích, jež požadují rychlý černobílý tisk. „Černobíle dokumenty tvoří téměř 80 procent z celkového objemu kancelářského tisku,“ vysvětluje Miroslav Tyburec, obchodní ředitel Oki Systems.

Océ uzavřelo partnerství s Objective Lune

Océ certifikovalo software společnosti Objective Lune pro použití se svými nejnovějšími produkčními archyovými tiskárnami. Certifikovaný software PrintShop Mail umožňuje automatizaci tiskového workflow. Je použitelný s tiskárnami Océ VarioPrint 4000, VarioPrint 6000 Ultra a řadou CS600. Tímto se stává PrintShop Mail kompatibilní s kompletní řadou produkčních tiskáren společnosti Océ. Výsledkem této certifikace je, že zákazníci firmy Océ mohou plně využít rozmanitých možností tisku variabilních dat s využitím automatizovaného workflow a online finišování. Automatizace je ještě zvýšena použitím kontrolérů Prismasync. Océ ve své certifikaci zdůrazňuje především jednoduchost a účinnost programu pro tisk variabilních dat PrintShop Mail.

3D aplikace outdoor pro Tatra banku

V prosinci byly v Bratislavě nainstalovány hned dvě obří 3D aplikace. Reklamní agentura Ezop obalila celou autobusovou zastávku do lentikulární fólie, a vytvořila tak na ní prostorový 3D efekt. Další velkou bratislavskou instalací Ezopu je obří megaboard o rozměru 1,5 x 21 m opět s 3D efektem. Je to největší realizace v ČR i SR a jedna z největších realizací v Evropě vůbec. Součástí dodávky bylo zpracování 3D efektu, výroba a montáž obrazů na místě. Při montáži bylo velmi zajímavé sledovat procházející lidi jak reagují. Asi 90% lidí se zastavilo a se zájmem zkoumali co to je. Cílem této kampaně bylo posílit pozici na trhu, zaujmout a upoutat pozornost kolem jdoucích lidí. Poslední studie ukazují, že zatímco na běžném poutači oko potenciálního zákazníka spočine v průměru asi 0,5 – 2s, obrazem zpracovaným lentikulární technologií je pozorovatel schopen se zabývat i více než půl minuty.



Boom Tisk pro časopis Test

Občanské sdružení spotřebitelů Test, které vydává stejnojmenný časopis, v němž každý měsíc podrobuje desítky nejrůznějších výrobků nezávislým detailním testům, zrealizovalo direct mail pomocí unikátní technologie TransPromo. Sto deset tisíc potenciálních předplatitelů v předchozích dnech obdrželo barevně personalizovanou nabídku předplatného na následující rok v plnobarevném digitálním tisku. Kampaň pro TEST kompletně zprodukoval Boom Tisk s využitím technologie TransPromo, do které loni investoval přes sto milionů korun. Díky této technologii bylo možné dopis plnobarevně personalizovat. Celková produkce je rozdělena do šesti mutací s náklady od 5 000 po 60 000 kusů. Některé mutace obsahují složenky, které jsou dynamicky tištěny, perforovány a rovněž personalizovány. Součástí dalších mutací jsou zálohové faktury a jiné obsahují spolu s dopisem ofsetově tištěný odpovědní lístek. Při kampani využil Test také barevně zvýrazněné personalizované URL. Na všech dopisech je modře zvýrazněn odkaz, pro každého jednotlivého adresáta zcela unikátní.

(Pokračování ze stránky 1)

integraci konstrukčního a grafického designu, na konstrukční design jako stavební kámen značky a funkčnost obalu. Zajímavá bude přednáška v podání Jana Činčery o atypickém pojetí vývoje obalu po konstrukční stránce a paní Christien van Yzendoorn představí nejzdařilejší řešení a případové studie ideálního spojení branding a konstrukčního designu. Seminář se uskuteční 4. března 2010 v pavilonu P (sál P3) od 10.00 do 13.00 hodin. Cena činí 952,- koruny včetně jednodenní vstupenky na mezinárodní potravinářské veletrhy.

Embox se bude konat na brněnském výstavišti ve dnech 2. – 5. března 2010 souběžně s mezinárodními potravinářskými veletrhy Salima, MBK (5. mezinárodní veletrh mlynářství, pekařství a cukrářství), Inteco (24. mezinárodní veletrh zařízení pro obchod, hotely a veřejné stravování) a s veletrhem Vinex (15. mezinárodní vinařský veletrh).

Gradiva poptává technologii

Ostravský poskytovatel služeb velkoplošného tisku – společnost Gradiva – vyhláší výběrové řízení na dodavatele technologie ekosolventního tisku a její začlenění do stávajícího workflow.

Podrobné podklady a informace nezbytné pro zpracování a podávání nabídek, kvalifikační předpoklady uchazečů a požadavky na jejich prokázání i způsob a kritéria hodnocení nabídek včetně váhy jednotlivých kritérií jsou stanoveny v zadávací dokumentaci, kterou je možné získat v sídle firmy na adrese Poděbradova 3148/109, 702 00 Ostrava-Moravská Ostrava. Výběrové řízení končí dne 11. 1. 2010.

Petice proti Inchebě

Petici, jejímž cílem je změna provozovatele pražského výstaviště v Holešovicích, sepsali vystavovatelé hlavně z řad kosmetických organizací. Autoři petice poukazují na neúnosné zázemí výstaviště a upozorňují na to, že rada hlavního města už v březnu tohoto roku provozovateli – slovenské společnosti Incheba – podmínečně vypověděla smlouvu a stanovila jí podmínky, které však firma neplní. Za peticí stojí provozovatelé veletrhu Beauty Expo, kteří však mají s Inchebou obchodní spory.

Lenovo mikroblogue

Mikrobloginovací systém Twitter zkouší do svých aktivit zapojit společnost Lenovo. Příznivci se na účtu www.twitter.com/Lenovocz mohou dozvědět o produktových novinkách, které společnost uvádí na trh, recenzích, které vyšly o výrobcích Lenovo, a řadu dalších informací. Lenovo také provozuje firemní blog.