

Co prozradil veletrh Fespa o POP/POS

Minulý týden proběhl v německém Hamburku veletrh Fespa. Co říká tiskařský trh o podpoře prodeje? Ač je veletrh Fespa jasně vymezený tiskovými technologiemi, prozrazuje mnohé i o navažujících produktech, tedy i o nosičích indoorové reklamy. A letošní ročník naznačil hned několik trendů, z nichž některé se už stihly na trhu prosadit, jiným se to bezpochyby podaří v následujících měsících. Nejdůležitější informací je, že trh tiskových služeb se pomalu přesouvá od outdoorových aplikací právě do indooru, tedy zejména podpory prodeje.

Zelené šílenství zachvátilo celou Evropu a na Fespě se tento trend jasně ukázal. Výrobci médií nabízejí ekologické inkousty na nejrůznější bázi, výrobci materiálů snad nemají stánky zbarvené jinak než do zelena a producenti osvětlení se chvástají minimálním odběrem energie. Skoro by se zdálo, že výrobou a používáním stojanů budete elektriku vyrábět. Co se týká vlastního tisku, tak asi nejdál je v ekologii gigant HP, který prosazuje vlastní latexové inkousty, vhodné i pro přímý potisk stojanů a reklam v potravinářství, kde jsou normy nejpřísnější. Z ekologických médií hrají prim pevné desky z recyklovaného papíru, vhodné k přímému potisku a výrobě POP/POS stojanů. Výhody jsou nasnadě – rychlost, flexibilita a odolnost stojanu. Desky už mají povrch obvykle v bílém lesku, takže tisk je hned hotový bez nejrůznějších příprav.

Už vloni se představily trhu digitální tiskárny, schopné napřímo potiskovat textil a tím opět výrazně ušetřit nutné práce. Kromě výrobců triček a podobně se nápadu chytili i výrobci POP/POS, stejně jako jejich dodavatelé. Na výstavě tak byly k vidění hlavně napínací rámy z oceli nebo hliníku, které v kombinaci s vypnutým potištěným textilem (a třeba i nějakou tou obrazovkou) tvořily velmi elegantní reklamní nosiče. A dobrá zpráva pro české výrobce reklamy, případně zadavatele je i široké použití – od reklamy přes výstavy až třeba k dekoraci interiéru.

Výrobní stránka věci také přináší vlastnost, jež zaujme zadavatele, které samotný proces výroby až tak moc nezajímá. Na Fespě totiž byla pokořena magická bariéra rychlosti tisku 100 m²/hod při fotografické kvalitě. To neznamená nic jiného než fakt, že váš POP stojan bude na místě zase o chvilku dřív. **Novinky z Fespy vám představíme v nadcházejícím čísle časopisu Sign.**



Zünd s plnou automatizací finishingu

Plně automatizovanou linku na dokončovací zpracování představila na výstavě Fespa Digital švýcarská společnost Zünd. Kromě automatické nakládky a vykládky média ke zvýšení produktivity přispívá i schopnost simultánního využití dvou nástrojů. Nyní stačí přivést paletu výtisků ke stolovému plotru Zünd, nastavit parametry a pak si zase odvézt paletu oříznutých, vyseknutých a rylovaných výrobků. Nebo prostě můžete stroj pustit na noc a ráno najít práci hotovou.

Vývoj ve světě digitálního tisku je poznamenán snižováním prodejních cen výtisků a rostoucích produkčních výkonů. Poskytovatelé tiskových služeb volí u investic stále výkonnější technologie a tím se výrazněji projevuje nutnost zvýšit i produktivitu dokončovacích technologií.

Ve světě výroby reklamy je však potřeba najít spolehlivé technologické řešení pro širokou škálu úkonů. Proto se velké oblíbě těší modulární plošné plotry, které dokážou vykonat množství různých pracovních operací. Vakuový podávací systém na vstupu a vykládací systém na výstupu jsou, ostatně jako všechny prvky obráběcích systémů Zünd, modulární. To znamená, že linku lze dovýbavit postupně v několika krocích k plné automatizaci. Výsledkem je linka pro bezobslužný provoz, která nejenom zvyšuje efektivitu výrobního procesu, ale dokáže šetřit i pracovní sílu. Vylepšení se dotkla i ovládacího softwaru, který nyní umí simultánně řídit dva pracovní nástroje a optimalizovat pohyb pracovní hlavy s ohledem na potřebné pracovní úkony v daném plošném segmentu.

(Pokračování na stránce 2)



Hrozí konec světelné reklamy?

Pokud dojde na nejhorší, pak se od 1. ledna 2012 možná již budeme čím dál tím méně setkávat s jedním typem světelné reklamy – neonovými trubnicemi. Evropská komise zpřísňuje používání rtuti, a tím pádem téměř znemožňuje používání neonu.

Do každé neonové trubice se přidává malé množství rtuti. Ta zajišťuje dobrou svítivost a dlouhou životnost. V minulosti bylo standardem přidávat do trubice přibližně 300 mg rtuti. Protože je v zájmu výrobců chovat se ekologicky, sami výrobci přistoupili k omezení množství rtuti na polovinu.

Po jednáních s Evropskou komisí bylo přistoupeno k další redukci množství rtuti na 100 mg. To už se ozývali hlasy některých výrobců, že s takto malým množstvím nelze vyrobit dostatečně kvalitní neonové trubice pro světelnou reklamu. Většina výrobců se ale i s tímto úskalím dokázala vypořádat.

Problém nastal v poslední době, jelikož nové nařízení Evropské komise, které má vstoupit v platnost 1. ledna 2012, příkazuje snížit obsah rtuti v jedné trubici pod 13 mg. Podle prvních pokusných měření by byla životnost takto vyrobených trubec pod 1000 hodin (125 dnů při osmihodinovém svícení) oproti stávajícím 20 tisícům hodin.

Toto nařízení v podstatě znamená likvidaci jednoho odvětví světelné reklamy. „V současné době se snažíme v rámci Asociace výrobců signmakingu a potažmo Evropské federace signmakingových asociací podniknout kroky, aby se zachoval tento tradiční prvek světelné reklamy i pro budoucí generace,“ popisuje Jan Hrkal, prezident Asociace výrobců signmakingu.

Konference Print Forum

Aktuální trendy a ekonomické perspektivy polygrafie v multimediálním prostředí přinese 17. ročník konference Print Forum 2011, který se uskuteční 9. června 2011 v hotelu Pyramida v Praze.

Program a informace k této akci naleznete na www.printforum.cz. Přihlásit se můžete ještě do 3. června.

Tuto akci pořádá Svaz polygrafických podnikatelů, Společnost tisku a agentura Ages Plus ve spolupráci s M.I.P. Group a veletrhem Reklama, Polygraf 2011.

(Pokračování ze stránky 1)

Celá konstrukce podávacího a vykládacího zařízení zohledňuje častou potřebu realizovat kusové a malosériové zakázky. Linka mimochodem získala prestižní ocenění European Digital Press Awards jako nejlepší řešení pro řízení workflow.

Kromě uvedených inovací představila společnost Zünd i systém pro formátování textilních výtisků z rolí v šířce 3,2 metru. Svou nabídku tak firma přizpůsobila stále rostoucímu podílu textilních médií a velkému počtu nainstalovaných průmyslových tiskáren tohoto formátu. Systém MGL zase optimalizuje obrábění materiálů, jako je hliník, a funkce 3D frézování nabízí nové příležitosti pro třídimenzionální objekty a grafiky.

Nové LED kity Bodet

Francouzská firma Bodet přišla na trh s inovovanou řadou LED Kitů čas/teplota/datum. Jsou určeny pro vložení do interiérových nebo exteriérových informačních a reklamních panelů. Vyrábějí se v provedení HH:MM nebo HH:MM:SS, ve velikostech číslic 15, 20, 25 a 30 cm a v červené nebo žluté barvě. Pro synchronizaci slouží anténa DCF nebo GPS a nastavují se tlačítky nebo bezdrátovým dálkovým ovládáním. Dodatek je možné také sestavit pro oboustranné zobrazení. Na Slovensku kity Bodet používá firma J.C. Decaux ve svých reklamních panelech. Na českém trhu firmu Bodet zastupuje Petr Vybíral – Vístech.



Personifikace tiskovin zase o krok dále

Portál go4print.eu přichází s další nabídkou. Digitální archový tisk je nejen rychlý a dnes již i dostatečně kvalitní, ale umožňuje také tisk variabilních dat. To znamená, že každý list může být opatřen originálním textem nebo grafikou. Využití je mnoho, od běžného opatření dopisu originálním oslovením přes čárové kódy a jiné identifikační znaky až po personifikaci fotografií a grafiky obecně. Ta je zajímavá pro produkty, kterými chcete zákazníka opravdu upoutat. Může se jednat o pozvánku, kde je v obrázku efektně zakomponovaný název firmy nebo jméno pozvané osoby, o titulní stranu časopisu, kde je jméno opět součástí grafického ztvárnění každého výtisku, inzerát, ve kterém přímo oslovíte konkrétního zákazníka, nebo třeba personifikovaný kalendář.

Polystyren k výrobě nápisů

Styrodur – tvrzený polystyren lze využívat i pro výrobu venkovních nápisů tak, jak to provedla firma Prima Blansko pro Mountfield. Písmena o velikostech až 1,4 x 0,8 x 0,08 metru jsou vyřezána vodním paprskem, vybroušena, zatmelena a přelakována vhodnými fasádními barvami. Podložky z dibondu na svařeném hliníkovém rámu vytvořily odrazovou plochu pro kvalitní nasvětlení pomocí čtyř reflektorů. Dvě loga Mountfield jsou instalována ve Zlíně.



Efi na Fespe

Hned několik evropských premiér přichystala na Fespu firma Efi, výrobce tiskáren značek Vutek a Rastek. Prvně jmenovaná značka zde předvedla zejména model GS3250lx, zajímavý způsobem vytváření UV inkoustů. Místo konvenčních UV lamp s vysokou spotřebou totiž používá úspornější LED technologii. Další zaznamenání hodnou novinkou byl Rastek R3204, rolová UV tiskárna, určená pro uživatele, vyžadující vysokou kvalitu tisku, univerzálnost UV tiskárny a cenovou dostupnost. Oba stroje zažily svoji premiéru (Rastek jen jako technologické demo) na veletrhu ISA na konci dubna v Las Vegas, takže Evropa nezůstala pozadu. Efi u nás zastupuje Geodis.

Mini na Zličíně

Společnost BMW Group ČR připravila ve spolupráci s kreativní agenturou MAB netradiční indoorovou instalaci komunikující značku Mini. „V pražském OC Metropole Zličín upoutá zraky návštěvníků reálná maketa Mini Countryman umístěná na šachtě jednoho z výtahů. Na instalaci makety poutá pozornost také doplňková světelná projekce okolo fontány v nedaleké odpočinkové zóně.“

Značka Mini je průkopníkem v užití tohoto druhu komunikace v OC Metropole a dokazuje tak, že se novinek rozhodně nebojí, naopak je aktivně vyhledává jako její zákazníci,“ dodává brand manažer MAB Lukáš Adamec.



Další certifikace marketingových odborníků ČMS

Dne 24. května 2011 se uskutečnila certifikace marketingových odborníků, která potvrzuje nejen vysokou úroveň odborné způsobilosti ve specializaci, kterou si uchazeči zvolili, ale také zájem o český marketing a jeho dlouhodobý rozvoj. Základním kritériem pro udělení certifikátu je posouzení kvality a výkonnosti marketingových odborníků, jejich aktivní podíl na prosperitě firmy.

Titul Lektor pro marketing úspěšně obhájil Daniel Jesenský, managing partner společnosti DAGO A.P.C. Titul Marketingový manažer obhájil Václav Novotný

Certifikační komise pracovala v tomto složení: předsedkyně certifikační komise Cecílie Klevarová, ředitelka Bercil Consulting, dalšími členy komise byli Jitka Vysekalová, prezidentka ČMS, a Jiří Mikeš, hostující profesor VŠE. Podle pravidel certifikačního řízení má certifikát platnost tři roky. Po třech letech, pokud držitel požádá certifikát o prodloužení (prolongaci) certifikátu a splní požadavky prolongace, Česká marketingová společnost prodlouží jeho platnost na další tři roky.

Rebranding Spandexu

Spandex zveřejnil své nové motto, které zohledňuje pozici dodavatele komplexních řešení pro vizuální komunikaci: Spandex – ty nejlepší značky pro grafická řešení. Toto motto je výsledkem celé řady analýz, během kterých Spandex hodnotil svoji pozici na trhu s grafikou. Přitom se zohlednily hodnoty a vize, klíčové atributy a závazky související se značkami.

Nové motto zvýrazňuje značnou diverzifikaci portfolia výrobků, které Spandex nabízí. Z motta jednoznačně vyplývá role, jaká přísluší společnosti Spandex – inovativnímu dodavateli komplexních řešení. Zatímco původní motto „Váš partner pro signmaking a digitální tisk“ vycházelo z třicetileté tradice působení osvědčeného dodavatele pro signmakingovou komunitu, nové motto upozorňuje, že Spandex je mezinárodním dodavatelem produktů různých značek s přístupem orientovaným na řešení a se zaměřením na stále rostoucí segmenty trhu. Patří sem vizuální komunikace, signmaking, dekorování interiéru, zajišťování výstav, architektura, průmyslové značení a další oblasti.

Nový projekt Rentface

Rentface je velice výhodná služba pro tři skupiny potenciálních zákazníků. Dopravce, reklamní a mediální agentury a hlavně zákazníci z řad firem, které potřebují efektivně propagovat své produkty či služby.

Unikátní je tento projekt v komplexnosti poskytovaných služeb a přímém zacílení na zviditelnění daného produktu, firmy či služby. Pokud firmy chtějí efektivně propagovat své

(Pokračování na stránce 3)

Variabilní data pro Ostravu

Společnost Tomáš Vida z Ostravy – Mariánských Hor vypsal výběrové řízení na dodávku technologického vybavení (implementaci) digitální technologie sloužící k výrobě polygrafických produktů s variabilním obsahem: malonákladový digitální systém s tiskem do formátu SRA3+ včetně RIP; digitálně řízenou řezačku papíru; linku pro vazbu dokumentů, brožur a knih; rýhovací a perforovací stroj; šičku; laser pro tvarové výseky a rolový laminátor. Předpokládaná výše investice je 4,2 mil. Kč bez DPH. Podrobnosti jsou k dispozici na serveru www.verejna-soutez.cz nebo u nás v redakci.

Venkovní totemy Cosign

Exteriérové značení je prvním komunikačním kanálem, který promluví k zákazníkovi. Díky modulárním prvkům orientačního systému belgické firmy Cosign si mohou elegantní venkovní totemy dovolit i menší firmy a nebyť přitom uniformní. „Při vývoji prvků modulárního systému pro exteriérové totemy jsme museli dbát na konzistenci designu jednotlivých profilů, aby zachovávaly linii interiérových orientačních systémů, ale současně dávaly prostor pro individuální grafický styl firem,“ vysvětluje Steven Sheperd. „Současně jsme hledali i optimalizaci ceny. Nyní lze sestavit exteriérové totemy bez osvětlení, s integrovaným neonem nebo LED diodami. Systém tak vytváří rámec, ve kterém lze naplno zdůraznit grafický styl každého zákazníka.“

Světlo dokáže významně zvýšit údernost sdělované informace. Proto se program firmy Cosign rozrostl i o rodinu podsvětlených rámců Cosign Clic, ve kterých lze velmi snadno vyměnit grafiku. LED podsvícení umožnilo zeštíhlit i prosvětlovací profily pro gravírované akrylátové tabulky. „Podsvětlené rámy Cosign Clic jsou velmi populární i u nás,“ vysvětluje Martin Hájek, produktový manažer společnosti HSW Signall, která orientační systémy Cosign na náš trh dodává. „Velmi dobře v nich totiž vypadají výtisky z latexových tiskáren, které mají vynikající kvalitu barev ze denního světla i při podsvícení.“

Průhledná LED obrazovka

Předpokladem pro instalaci pevné LED obrazovky je povolení, které někdy není jednoduché získat. Společnost HDT nyní přichází s řešením – průhlednou LED obrazovkou pro instalaci do výloh, oken a dalších prosklených ploch. Díky použité technologii a značkovým LED (Silan, Cree nebo Cree UKK) je zaručena až 80% průhlednost pro pohled z vnějšku budovy. V případě vypnuté obrazovky se budova „tváří“ jako obvykle a dovnitř je normálně vidět. Patentovaná technologie využívá pouze 10 mm tenkých pásek s LED diodami, které mohou být podle požadavků zákazníka dodány ve třech různých značkách, respektive kvalitách a cenách. Díky nízké hmotnosti pouhých 13 až 15 kg/m² je obrazovka vhodná na všechny skleněné či polykarbonátové povrchy. Montáž je velice jednoduchá bez vrtání a vyrábění složitých konstrukcí, celá obrazovka se totiž lepí na sklo speciálním UV lepidlem. Následný servis nebo demontáž zobrazovače je díky patentovanému systému otázkou sekund. Průhledná LED obrazovka je ideálním reklamním poutačem pro obchody, restaurace, nákupní centra, prodejní řetězce či reklamní agentury. Ceny začínají podle použitého čipu na 54 990 Kč/m².

Mutt Tuchoměřice

Na základě návrhů Jana Kostrhůna dokončila v minulém týdnu firma Rex označení společnosti Mutt. Označení se skládá z exteriérového loga formátu 8800 x 4000 mm. Logo je vyrobeno z tvarovaných Signtech profilů s čelní backlite světelnou stěnou. Prosvětlení je řešeno pomocí zářivkových trubíc. Označení je doplněno vnitřním interiérovým logem. Logo Mutt je vyrobeno v provedení 3D, čelo písma je z frézovaného hliníku s navařovanou bočnicí. Mapa světa a boční logo jsou vyrobeny z probarveného plexiskla. Celé značení je doplněno polepy skel pískovou fólií v dvoubarevném provedení.



(Pokračování ze stránky 2)

produkty nebo služby, jestliže hledají nový a neokoukaný druh reklamy a chtějí posílit své pozice a sílu na trhu, odpověď na tyto otázky naleznou v projektu Rentface, který zajišťuje pohyblivou reklamu na nákladních vozech, dodávkách i osobních autech.

Rozhodnutí Ministerstva dopravy neprodlužovat příští rok agenturám smlouvy na reklamní plochy kolem českých dálnic je další z hledisek vedoucích k rozhodnutí, že projekt Rentface je pro agentury a firmy zajímavou alternativou k billboardům. Očekávaným dopadem tohoto rozhodnutí má být úbytek téměř 900 billboardů z okolí dálnic a rychlostních silnic a v roce 2012 má zmizet většina billboardů z těchto lokalit. Česká republika přestane podle plánů Ministerstva dopravy připomínat východoevropskou plakátovou zemi, respektive doba velkoplošných reklam kolem dálnic a rychlostních silnic už bude minulostí. Rentface je řešením pro všechny zákazníky, kteří billboardy do této doby využívali a nyní chtějí být vidět jiným způsobem.

POPAI spolupracuje s vysokými školami

POPAI CE dlouhodobě spolupracuje se školami, které se specializují na obor marketingové komunikace. V letošním roce asociace zahájila systematictější spolupráci s vysokými školami, jejichž zaměřením je obor marketingu, reklamní grafiky a designu, a to s cílem zapojit problematiku in-store marketingu do standardního výukového plánu vedle ostatních tradičních formátů marketingové komunikace. Tato aktivita započala iniciačními přednáškami pro Vysokou školu ekonomickou Praha, Vysokou školu ekonomie a managementu Praha a Univerzitu Tomáše Bati ve Zlíně. Studentům oborů souvisejících s reklamou v místě prodeje jsou tak odborníky s dlouholetou zkušeností zprostředkovány základní teoretické a praktické znalosti in-store komunikace. Asociace POPAI CE tímto položila základ kontinuálnímu zájmu zařadit témata tohoto atraktivního oboru který nabývá při komunikaci se spotřebiteli stále většího významu, do standardu marketingového vzdělání.

Předplatte si SIGN

www.economia.cz/predplatne.

Předplatitelé časopisu SIGN mají přístup do on-line archivu časopisu zdarma.

Stačí se přihlásit na adrese <http://predplatitel.ihned.cz>.