

Reklama, Polygraf 2011 s novým obsahem

Na pražském holešovickém Výstavišti se od středy 23. března do pátku 25. března uskutečnil 18. ročník veletrhu Reklama, Polygraf, který byl v minulých letech zaměřen zejména na produkční a reklamní technologie z oblasti vizuální komunikace a 3D reklamy. Letos poprvé se nově v takovém rozsahu věnovala obchodním a ekonomickým aspektům vydavatelského podnikání. Volně tak navázal na veletrh Média, který organizovala společnost M.I.P. v minulosti.

Letos se na veletrhu představilo 246 vystavovatelů z tuzemska i ze zahraničí. V doprovodném programu se během tří dnů ve třech auditoriích a pěti odborných sekcích uskutečnilo 43 konferencí, přednášek a prezentací. Měli jste možnost slyšet zajímavosti a novinky od více jak devadesáti odborníků. „Letos jsme se zaměřili zejména na doprovodný program,“ řekl Zdeněk Sobota z pořadatelské firmy M.I.P. „Chtěli jsme se věnovat tématům, která nyní řeší vydavatelská, nakladatelská a marketingová branže. Nelze všechny akce vyjmenovat, tak bych rád zmínil alespoň konference o elektronickém a klasickém publikování knih a časopisů a o perspektivách digitálního a ofsetového tisku. Připravený doprovodný program se setkal s velkým zájmem návštěvníků z řad odborné veřejnosti. Veletrh Reklama, Polygraf letos navštívilo 9728 lidí. Veletrh letos navštívilo velké množství zahraničních návštěvníků, zejména ze Slovenska.

Veletrh také vyšel vstříc aktuálním potřebám trhu a poskytl vystavovatelům další možnosti prezentace a návštěvníkům přinesl atraktivní podívanou v nově představené sekci Event.

Jedním z největších „trháků“ veletrhu byla jistě světová premiéra nového stroje Durst Ω 1, kterou představila společnost HSW Signall, distributor tiskáren této značky na českém trhu.

POPAI CE má nové vedení

Na valné hromadě členů POPAI CE, která se konala 24. března 2011, byl představen plán aktivit POPAI CE pro rok 2011 a zároveň proběhly volby zástupců vedení asociace pro další volební období. V rámci volby prezidenta POPAI CE navázal Daniel Jesenský na své vystoupení na valné hromadě v předchozím období, kdy navrhl, aby prezident POPAI CE byl volen maximálně na dva roky, a zároveň zdůraznil, že tento systém obměny prezidenta umožní využít v POPAI nové osobnosti, které budou přinášet nově invence, nové nápady i aktivity. V souladu s tímto návrhem Daniel Jesenský potvrdil své rozhodnutí na funkci prezidenta v dalším období již nekandidovat.

Na základě výsledků voleb se stal prezidentem POPAI CE Libor Jordán ze společnosti Dekor a do funkce viceprezidenta byl zvolen Daniel Jesenský.

Jako členové rady budou pracovat Alexander Roth (Eclipse Print), Monika Hrubalová (Veletrhy Brno), Michal Augusta (CZ – Visual Impact), Pavlína Klementová (POS Media Czech Republic) a Barbora Skalníková z firmy Addurre.

Rozhodčí komise POPAI CE bude v dalším období fungovat ve složení: Radomír Klofáč (Moris Design), Daniel Brýdl z firmy Story Design a Vlastimil Král (Rex). POPAI CE má v současnosti 50 členů a řadí se mezi dynamicky se rozvíjející pobočky světové POPAI.



Předplat'te si SIGN

www.economia.cz/predplatne

economia
OBSAH ROZHODUJE

Commerzbank šetří s LED

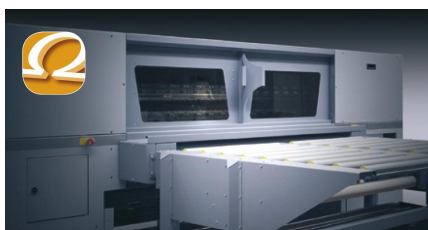
Pobočky Commerzbank v Německu spotřebovávají venkovním osvětlením od minulého roku méně energie. Důvodem je výměna vnější signalizace a venkovního osvětlení výloh v loňském roce. Spotřeba elektrického proudu za osvětlená firemní loga a výlohy klesla dokonce o 82 %. To odpovídá úspoře 5,3 milionu kilowatthodin nebo také 3500 tunám kyslíku uhlíkatého. Ekologická bilance Commerzbank bude tímto odlehčena o průměrnou roční spotřebu energie 1500 domácností. Nyní používá nová loga více než 1200 poboček Commerzbank v Německu. Modernizované výkladní skříně navíc již osvětlují LED diody, které využívají proud výrazně efektivněji než jakýkoli jiný světelný zdroj. Mimo to banka profituje z nižších nákladů na údržbu právě na základě delší životnosti používaných LED žárovek. LED diodami jsou vybaveny i výlohy a loga kanceláří v České republice a na Slovensku.

Unibon získal Paprsek

Společnost Unibon, která se specializuje na design a výrobu materiálů pro podlinkovou komunikaci, se i letos zúčastnila soutěže Duhový paprsek. V kategorii Reklama outdoor získala vítěznou cenu za realizaci Promozóny Frisco pro Plzeňský Prazdroj.

Firma staví na rozsáhlých zkušenostech v oblasti in-store, shop-in-shop řešení, originálních P.O.S./P.O.P. materiálů a v neposlední řadě také speciálního světelného programu a outdoorového značení.

(Pokračování na stránce 2)



Nová průmyslová tiskárna Durst Omega 1

Vysoké rozlišení až 1728 dpi, proměnná velikost kapky, volitelné barvy IC, IM, bílá, fialová, oranžová a šedá, tradičně spolehlivá konstrukce.

Již brzy budete mít možnost vyzkoušet ji v našem pražském showroomu.

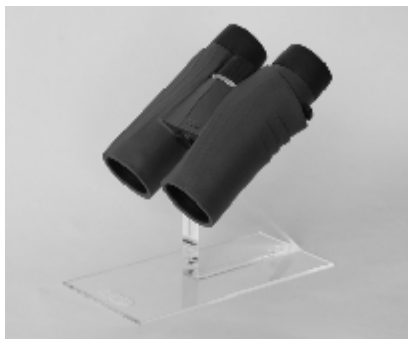
 durst

 H&W
Signall

Grapo pro Meoptu

Olomoucký výrobce reklamy, společnost Grapo, vyrobila pro společnost Meopta – Optika stojánky na binokuláry, puškohledy a spektivy. Tyto produkty se budou expedovat do celého světa.

„Rádi bychom zmínili kvalitní, konstruktivní a pružnou spolupráci s klientem. I díky tomuto se povedlo dané výrobky dovést k dokonalosti,“ říká Lenka Nesadilová, obchodní konzultantka Grapa. Pro výrobu stojanů byly použity technologie laseru, UV lepení a přímého UV tisku. Společnost Grapo navrhovala i vývojovou část těchto produktů včetně grafických návrhů, technologického řešení a vývojové úpravy. Jedná se o pět celoročních dodávek v sériích po stovkách kusů.



Nový PVC Frontlit v nabídce HSW Signall

Do nabídky společnosti HSW Signall byl zařazen nový materiál Verseidag Seemee Frontlit Extra Plus, který vychází z tradice špičkových produktů společnosti Verseidag.

Nový banner splňuje přísné evropské normy pro většinu reklamních účelů a v produktové řadě nahrazuje svého předchůdce Verseidag Seemee Frontlit Standard. Na rozdíl od velmi oblíbeného Frontlitu Standard má o 60 g/m² vyšší plošnou hmotnost a také certifikát nehořlavosti podle DIN 4102. Při všech těchto vylepšeních nabízí navíc nižší cenu.

Využití najde při výrobě kvalitních a dlouhodobých bannerových aplikací, od menších plachet na plotech až po megaboardy na fasádách domů.

Atanera Car na Hervis 1/2Maratonu

Není to tak dávno, co vyjely do ulic Prahy a Plzně reklamní vozy Atanera Car, které jsou vybaveny dvěma LED obrazovkami s vysokým rozlišením a velmi kvalitním ozvučením. Po úspěšné premiéře při fotbalovém utkání Gambrius ligy FC Viktoria Plzeň versus SK Dynamo České Budějovice se auta objevila na velmi prestižní sportovní události – na 1/2Maratonu Hervis v Praze. Podle našich informací bylo vůbec poprvé na světě v historii běžeckých závodů, kdy reklamní vůz s LED obrazovkami jel téměř celou trať závodu před prvním běžcem.



Sponzoři a partneři závodu tak získali velmi originální a působivou formu prezentace obrazem a zvukem před většinou diváků, fanoušků a TV kamer. „Kvalitní prezentaci sponzorů závodu působivě doplnil přímý přenos závodu z ČT4, který se vysílal na obou našich vozech v průběhu závodu. Fanoušci tak mohli vidět finiš z dvou různých míst najednou,“ říká Václav Němeček, obchodní zástupce firmy Atanera.

Nenechte své fotografie zahálet v počítači

Pokud rádi fotíte, jistě máte za posledních několik let pěknou sbírku souborů na disku. Ale přiznejte si, kolik jich máte v podobě klasických fotografií? Digitální fotoaparáty jsou skvělá věc, ale mají jednu velkou nevýhodu. Fotíte a fotíte a málokdy se pak přinutíte k třídění, mazání, úpravě a výběru fotek pro jejich zpracování do fyzické podoby.

Pokud máte ale předchozí kroky za sebou a rozhodujete se, jakým způsobem fotografie zvětřit, můžete se nechat inspirovat na webové stránce www.go4printshop.eu. Ta se věnuje výhradně produktům z fotografií, jako jsou fotokalendáře, fotoknihy, fotosešity a fotoalba. Vyberete si některou z mnoha připravených šablon, objednáte konkrétní typ výrobku, zašlete své fotografie a během několika dnů obdržíte hotový produkt. Nemusíte instalovat žádný program, a pokud chcete, můžete se spojit přímo s grafikem, který vaše fotografie kontroluje a zajistí jejich přesné umístění a kvalitní barevné podání.

(Pokračování ze stránky 1)

Základním požadavkem klienta bylo vytvoření nestandardního exteriérového stanu s využitím pro festivaly. Jedním z kritérií byla variabilita velikostí s možností komunikace na dvou festivalech zároveň, tedy rozdělení stanu a nábytku na dvě části. Konstrukce stanu tak byla realizována přímo „na míru“, stejně tak barové pulty a podlaha. Promozónu doplňují slunečníky Frisco a venkovní sezení. Unikátnost stanu podtrhuje netradiční nasvícení jednotlivých vstupů.



Top Advert tiskne na latexu

Společnost Top Advert zakoupila novou latexovou technologii pro produkci tisků do prodáváných exposystémů – rollup bannery, popup stěny, promostolky, vlajky a další.

Ekologická latexová technologie tiskáren HP umožňuje docílit nejvyšší parametry tisku a spolu s kvalitními reklamními nosiči dostává zákazník reprezentativní produkty s vysokou úrovní zpracování.

Atlas pro Igepu

Společnost Atlas vyrobila pro stánek Igepy, koncipovaný jako zaoceánská loď na veletrhu Reklama, barová sedadla z materiálu Re-Board (pevná kartonová deska určená k potisku). Podle ohlasů z veletrhu měla tato sedadla velký úspěch.

Xerox otevřel virtuální laborku

Společnost Xerox vytvořila technologickou stránku, díky které se mohou zákazníci stát aktivní součástí výzkumu, který povede k novým produktům, aplikacím či službám. On-line portál Open Xerox umožňuje návštěvníkům seznámit se s nejnovějšími inovacemi společnosti Xerox a poskytuje jim možnost vyzkoušet si nové technologie a poskytnout zpětnou vazbu přímo vývojářům a inženýrům.

„V Xeroxu žijeme pro změny, neustále posunujeme hranice probádaného a prozkoumáváme inovativní přístupy,“ uvádí Sophie Van-

(Pokračování na stránce 3)

PRINT
expo

3.–6. 5. 2011
Brno – Výstaviště, Česká republika

Více informací o veletrhu a cenách: www.printexpo.cz

Olomoucký Algraf investoval do vybavení

Velkoformátová tiskárna Efi Vutek QS3220 s šíří tisku 3,2 m je novinkou ve vybavení olomoucké reklamní agentury Algraf. Univerzální a vysoce produktivní hybridní tiskárna využívá pro tisk barevnou kombinaci CMYK+Lm + White a tiskové režimy 1080 dpi s produkční rychlostí do 42 m²/hod a 540 dpi s produkční rychlostí do 84m²/hod. Efi Vutek QS3220 souběžně tiskne stejné nebo různorodé grafiky na dvě role vedle sebe. Zároveň využívá technologii tisku libovolné pozice bílé barvy ve třech nezávislých vrstvách při jediném průchodu tiskové hlavy. Dosahuje tak výsledného efektu den/noc – produkt vypadá stejně s prosvětlením i bez něj. Agentura Algraf do stroje investovala, aby navýšila kapacitu tisku a zároveň ho zkvalitnila. S novou možností vlastního přímého potisku desek uspokojí širší klientelu než dosud. Efi Vutek přitom dosahuje nízkých provozních nákladů. Algraf navíc disponuje dalším vybavením pro zpracování potištěných desek, strojem Aristo. Algraf tak díky nízkým provozním nákladům zacílí na zadavatele reklamy, kteří nemají vlastní technické zázemí. Tiskárna byla v tomto týdnu instalována v naší provozovně distributorem a servisním střediskem efi Vutek, firmou Geodis.



Zlaté BMW na Reklamě

Při vstupu na veletrh Reklama, Polygraf nebylo možné minout zlatý lesklý bavorák před vchodem do Průmyslového paláce. Bylo jen málo těch, kteří se nenechali se zářícím vozem vyfotografovat. Nejčastější otázkou bylo, jestli to je „fakt“ polep. My samozřejmě známe odpověď. Polep to byl. Poměrně nezvyklou (v našich zeměpisných šířkách) realizaci vytvořili ve firmě Spyron kompletně z materiálů 3M. Jedná se o unikátní realizaci, v Praze je možné potkat dvě taková auta. Na Reklamě však bylo jediné, které se odlišovalo netradiční barvou karoserie, respektive polepu. „Jedná se o náročnou aplikaci, vyžadující speciální sendvič několika materiálů od 3M,“ říká Petr Císař ze Spyronu. Podle jeho slov šlo i o technicky velmi složitý postup včetně využití speciálních technik proti prořiznutí karoserie. Otázka je, jestli je náš trh na takový polep vůbec připraven. „Uvidíme, nakolik budou klienti u nás odvážní, zatím je to spíše doměna Ruska a arabských šejků. Sami nevíme, jak se tento druh polepů na trhu uchytí, protože se majitel tímto okamžitě kastuje do sociální skupiny, u nás ne zrovna lichotivě přijímané. Každopádně jsme chtěli na Reklamě hlavně upoutat, a to se nám myslím podařilo. Sám od toho neočekávám obchodní efekt, spíše propagaci toho, co umíme,“ uzavírá Císař.



První dojmy z tiskárny Durst Omega 1

Novou UV tiskárnu Durst Omega 1 jsme si mohli ve světové premiéře prohlédnout na stánku společnost HSW Signall na veletrhu Reklama, Polygraf 2011. Stroj jako první model značky Durst směřuje na trh tiskáren ve středním výkonovém segmentu. Jaký dojem udělal?

„Tiskárna se vyznačuje pro Durst typickou, robustní konstrukcí, která je koncipována pro vysoké zatížení,“ řekl Marek Angelis, generální ředitel HSW Signall. „Vysokou přesností a kvalitou tisku zajišťuje nejenom rozlišení, které je v nejvyšší kvalitě až 1728 dpi, ale i ověřený magnetický lineární posuv vozíku s tiskovými hlavami a UV lampami. Změna konfigurace mezi roll-to-roll a flatbed tiskem trvá jen několik minut. Tiskárna se nabízí v základní konfiguraci CMYK, která může být doplněna o lc, lm a bílou barvu. Další možnou konfigurací je model PCA s využitím barev Orange a Violet. Pro velmi jemné barevné tóny a černobílé tisky lze osadit i šedý inkoust. Durst Omega 1 se tak stává první UV tiskárnou připravenou pro tisk vysoce kvalitních černobílých fotografií.“ A jak tiskárna způsobila na tiskáře? „Zaujala mě svou kompaktností, protože ve výrobě není nikdy dost místa a Omega je vskutku skladný stroj,“ řekl Josef Blahůšek, majitel společnosti CatCut. „Rozhodně bych si ji dokázal představit jako druhou tiskárnu ve firmě, protože poskytuje velmi dobrou kvalitu tisku a umožnila by nejen nabídnout nové služby, ale i lépe rozložit zakázky pro UV tisk v naší firmě.“



(Pokračování ze stránky 2)

debroek, ředitelka společnosti Xerox pro inovace a prezidentka Xerox Innovation Group, a dodává, „spolupráce s uživateli na celém světě nám přináší čerstvé nápady, pestré názory a širokou expertizu, která nám umožňuje vyvíjet pro naše zákazníky přelomové inovace.“

Open Xerox je společný projekt výzkumníků Xerox Research Centre Europe a Xerox Research Center Webster a zahrnuje také projekty výzkumného centra PARC (Palo Alto Research Center). Uživatelé si mohou vyzkoušet jednotlivé aplikace, ale také se zaregistrovat pro přístup k širší škále technologií, využívat služby a testovat dostupné technologie v aplikacích třetích stran.

„Open Xerox je vlastně taková virtuální laboratoř, kde se může každý od zákazníků přes technologické experty až po potenciální partnery zúčastnit testování technologií,“ uvádí Victor Ciriza, vedoucí laboratoře Evropského výzkumného centra Xerox.

Zrcadla v golfovém klubu

Naprostě atypická zrcadla jsou osazena v golfovém klubu Čertovo břemeno – Alenina Lhota. Jedná se o kulatá zrcadla na toaletách, která navrhl známý architekt L. Fiala, osazená na obkladu z břidlice. Okraje zrcadel jsou vypískovány a současně podsvíceny LED diodovými pásky. Technické parametry montáže a výroby osazení na MDF deskách a zapojení transformátorů vyřešila Prima Blansko. Jedná se o další interiérovou aplikaci z LED diod, která potvrzuje široké možnosti jejich využití.

HRG uspěla v Kalendáři

Ve středu 24. března 2011 převzali zástupci tiskárny HRG v Národním technickém muzeu v Praze 2. cenu v soutěži Kalendář roku 2011 v kategorii „Nejlépeší kvalita tisku a celkového zhotovení“ za nástěnný kalendář „Automobily Škoda s karoseriemi Sodomka“. Kalendář byl vydán ve spolupráci s Regionálním muzeem Vysoké Mýto. „Toto ocenění je opět důkazem toho, že svou práci děláme dobře a rádi,“ říká Jan Gloser z HRG.

Raja s dvěma akvizicemi

Francouzská skupina Raja, evropská jednička v oblasti B2B zásilkového obchodu s obalovými řešeními, pokračuje ve svém mezinárodním růstu dvěma novými akvizicemi. Skupina přebírá vůdčí společnost na norském trhu v oblasti obalového materiálu Postemballasje, a polskou firmu s obalovými produkty Crosstrade. Celkový obrát skupiny Raja vzrostl díky této akvizici na 350 milionů eur. Od 1. března 2011 je také rozvinuta prodejní síť s pobočkou v Kodani v Dánsku.