

Mutoh má dvě ceny SGIA

Společnost Mutoh získala dvě ceny asociace SGIA (Specialty Graphic Imaging Association). Titul Výrobek roku 2012 v kategorii „Solventní/latexová tiskárna menší než 96“ patří tiskárně Mutoh ValueJet 1638 a v kategorii „Velkoformátová Roll-to-roll Solventní/latexová tiskárna“ zase stroji Mutoh ValueJet 2638.

Soutěž SGIA „Product of the Year 2012 Awards“ hledá nejlepší nové technologie a spotřební materiál v oblasti grafického průmyslu. Arthur Vanhoutte, prezident evropských operací společnosti Mutoh, řekl:

„Jsme velmi potěšeni, že tiskárny ValueJet 1638 a 2638 byly v soutěži oceněny. Tyto ceny jsou uznáním odbornosti společnosti Mutoh jako inovativního vývojáře a výrobce velkoformátových tiskáren.“

Tiskárny Mutoh ValueJet jsou high-end produkty se špičkovou technologií a ukázaly se být rychlejší, spolehlivější, nákladově efektivnější a účinnější než konkurenční stroje. Obě oceněné tiskárny se vyrábějí v Japonsku. V Evropě je nyní k dispozici nový ValueJet 1638. Tiskárna Mutoh ValueJet 2638 bude pro evropské zákazníky dostupná od ledna 2013.



Variabilní vlajkové systémy Neschen

Vlajkové systémy jsou obecně velmi populární, a to nejen v exteriéru, pro který jsou většinou vyvinuty, ale také v interiérech obchodů a nákupních center. Vlajkový systém má totiž několik nesporných výhod. Kromě toho, že se ve větru třepetá a upoutává tak pozornost, je také velmi levný. Společnost HSW Signall přichází s novou řadou vlajkových systémů Neschen Drop Flag. Jak sám název napovídá, jedná se o vlajkový systém ve tvaru kapky, tedy nejoblíbenějším tvaru obecně. Nová řada Drop Flag od Neschenu má hned dvě zásadní výhody, kvůli kterým stojí za to zařadit ji do výrobní nabídky signmakingového studia. První velkou předností je možnost zakoupit vlajkový systém ve třech různých velikostech. Vybírat můžete podle toho, jak potřebujete zaujmout, nebo jednoduše podle maximální možné výšky, kterou například obchodní centrum nabízí. K dispozici jsou Drop Flag M, L a XL, to znamená od výšky 2,6 m po 4,25 m.

Druhou výhodou je univerzálnost. Systém Drop Flag se objednává vždy ve dvou krocích. Jako první krok je třeba zvolit velikost vlajkového systému viz výše. Jako druhý krok, a to je pravděpodobně největší přínos nové řady Drop Flag, přichází volba stabilizačního prvku nebo, chcete-li, nohy systému. Na výběr máte z několika možností: bodec do země, kulatou základnu o hmotnosti 3,5 kg, čtvercovou základnu o hmotnosti 10 kg a plastový barel k napuštění vodou.

Neschen Drop Flag tak nabízí ojedinělou příležitost nakombinovat si svůj vlastní systém dle konkrétní potřeby a dále možnost jednoduše dokupovat různé zátěžové prvky, když se změní zamýšlené umístění a systém budete chtít vystavit například v exteriéru.



Plexiglas e-shop

Firma Zenit spustila v listopadu webové stránky v novém designu. Součástí stránek je i odkaz na e-shop, který byl nejen oblečen do nového kabátu tak, aby korespondoval s designem firemních stránek, ale byl rozšířen i sortiment o produkty Plexiglas. Nyní je tedy možné koupit od Zenitu přes e-shop nejen polykarbonáty, ale i akrylátové desky, trubky, tyče a příslušenství, které zahrnuje např. lepidla a další.



Čtete časopis **SIGN**

Předplatné si objednejte na

www.economia.cz/predplatne

Bicykl z X-Boardu

Na nejrůznější výrobky z voštinových desek už jsme si zvykli. Největší výhodou tohoto materiálu je jeho nosnost a pevnost, přičemž se jedná o materiál recyklovaný a plně recyklovatelný. Z Izraele nyní přichází nové využití desek X-Board od jihoafrického výrobce Xanita. V Izraeli totiž postavili z tohoto materiálu plně funkční silniční kolo. To znamená dopravní prostředek, který uveze průměrně těžkého muže. Výrobce kola, Izraelec Izhar Gafni, tak spojil dvě snahy o omezení uhlíkové stopy člověka – ekologickou dopravu na kole vyrobeném z ekologického materiálu. Podobné snahy se podle videí na Youtube objevily i dříve, nicméně Gafni vyrobil plně funkční prototyp za pouhých 9 dolarů.

Pokud se těšíte, jak vezmete kolo na projížďku do hor, musíme upozornit, že prototyp má zatím jediný převod, a nedokážeme posoudit, jak bude pohodlné sedlo z kartonu. Ale můžete se podívat na video na adrese www.youtube.com/watch?v=txSboSNQINs.

Rekordní počet ocenění na POPAI Awards

Ve čtvrtčním klání výrobců reklamy, POP a signmakingu POPAI Awards rekordním počtem ocenění zabodovala pražská firma Moris design. Firma se stala držitelem pěti hlavních cen, což je v tomto oboru a této soutěži naprostým unikátem. Lepší dárek si ke svým 15. narozeninám firma nemohla snad ani přát.

Interaktivně za nižší cenu

Společnost 3Dsense, český průkopník kinect marketingu (tj. interaktivní outdoorové reklamy Microsoft Kinect), představuje nový ceník svých služeb, díky němuž se chce přiblížit finančním možnostem malých a středních

(Pokračování na stránce 2)

Čtyři ocenění pro Dago

Do soutěže o nejlepší reklamní prostředky v oblasti in-store komunikace přihlásila fullservisová POP agentura Dago, zabývající se návrhem, výrobou a implementací POP médií, celkem sedm projektů. Tři z nich se staly vítězi kategorie, čtvrtý stojan Somersby cider pro společnost Budvar byl v rámci kategorie „Vynikající realizace“ nominován do finále POPAI Awards.

Podlahový stojan Tassimo pro zadavatele Kraft Foods ČR se stal vítězem kategorie Domácí potřeby. Inspirací konceptu designu, který navozuje pocity vzdušnosti a lehkosti, byl tvar kávovaru Bosch.

Promostolek Radox pro zadavatele Unilever získal první místo v kategorii Potřeby pro služby podpory prodeje. Nosným designovým prvkem bylo využití imitace balvanů, což reflektuje komunikaci značky Radox.

Kovový stojan Kozel zvítězil v kategorii Alkoholické nápoje. Cílem specifického tvaru stojanu založeného na vlnách bylo především vyrušit zákazníky z nákupní rutiny.



Technologie grayscale u efi

Společnost Geodis, výhradní distributor a servisní centrum tiskáren efi Vutek a efi Rastek pro Českou republiku a Slovensko, uvádí na trh nové řady tiskáren s unikátní grayscale tiskovou technologií. Společnost efi touto technologií opatřila tiskárny efi vutek QS2 Pro, QS3 Pro a GS Pro.

Zpřístupnila ji také u stávajících tiskáren řady GS formou upgradu. Inovace grayscale tiskové technologie spočívá v dovednosti tiskové hlavy během jednoho tisku dynamicky měnit objem kapky, a tak využívat různé velikosti. Uživateli může prostřednictvím ripu nastavit vhodnou velikost kapky podle konkrétních charakteristik tištěného obrazu.

Malá kapka vytváří na materiálu menší body, přičemž čím menší je velikost bodu, tím se pro lidské oko stává méně vnímatelný a barevná plocha se tak jeví souvislá, protože jednotlivé body splývají. Tím je docíleno tiskového výstupu až fotografické kvality za použití výrazně menšího množství inkoustu než u technologie využívající barev lehkých odstínů. Dosažené úspory činí 15 až 30 % podle typu tiskárny. Díky této nové tiskové technologii nešetříte pouze náklady na inkousty, ale především budete těžit z možnosti nabídnout zákazníkovi vysokou tiskovou kvalitu za dostupnou cenu.



Rex označil České centrum

Na základě návrhu Jakuba Pollága ze studia Olgoj Chorchoj vyrobila a nainstalovala společnost Rex neonový nápis na skleněné atice Českého velvyslanectví v Berlíně.

Nápis je vyroben z barevných neonových trubíc. Trubice jsou usazeny v ose 3D písmen. Ta jsou vyřezána do plexiskla síly 5 mm. Celý nápis je osazen na Alu konstrukci. Tato konstrukce je následně kotvena k nosníkům skleněné atiky.

Tassimo displaye pro Kraft Foods

Společnost Dago pro svého zákazníka Kraft Foods navrhla, vyrobila a implementovala luxusní podlahové displaye Tassimo.

Tyto POP stojany slouží k podpoře prodeje kávovarů Bosch a kávy Tassimo v globálních maloobchodních sítích. Inspirací konceptu designu podlahového stojanu byl tvar kávovaru Bosch. Jako konstrukční materiál byly použity LTD desky s vysokým leskem v kombinaci s masivním plexi a LED světelným systémem.

Design stojanu navozuje pocit vzdušnosti a lehkosti a luxusní image je umocněna aplikací LCD displaye, který ve smyčce přehrává speciálně vytvořený spot.

Právě světelné efekty a dynamický spot v kombinaci s exkluzivní vizuální strukturou podporují schopnost tohoto POP média vyrušit a zaujmout kupující s cílem přimět je ke koupi produktu.



(Pokračování ze stránky 1)

podniků. Do něj společnost zařadila dva nové formáty – projekce reklamního sdělení, která v reálném čase sleduje kroky kolemjdoucích, a videoprezentaci promítanou na stěnu či LCD panel. Právě tyto formáty se díky neomezené licenci na provoz mají stát alternativou k běžným reklamním formátům.

Bagety se obloží reklamou

Výrobce rychlého občerstvení Crocodile plánuje na jaře příštího roku změnit svoji strategii jak v produktovém portfoliu, tak v komunikaci. Zatím využíval pouze svá vlastní média, jako je web, zásobovací dodávky a chladničky v obchodech. S ohledem na celkový pokles trhu a konkurenční Hamé, které komunikuje o trochu více, se Crocodile příští rok chystá investovat do on-line marketingu. Uvažuje také o rozhlasových a televizních spotech. Předzvěstí nového přístupu je listopadová kampaň, kde Crocodile složil portréty svých zaměstnanců z ingrediencí sendvičů. Crocodile obecně nespolečně spolupracuje s reklamními agenturami – když, tak velmi krátce. Dlouhodobě jeho kampaně vytváří František Bumbálek (dnes kreativní ředitel JWT a Hynek Bernard, bývalí kreativci agentury Sabotage. „Strategické, produkční a organizační kroky plnohodnotně pokryjeme sami, agentura nám ale poskytuje širší možnosti právě v nabídce kreativních nápadů a dává nám pohled na náš business z jiné perspektivy,“ říká marketingový manažer Crocodillu Daniel Hauser. Aktuálně jedná např. s agenturou Sun Marketing o podpoře komunikace na Facebooku.

Firmy tisknou stále více in-house

Podle nového výzkumu „Nákupní uvažování malých a středních firem při zefektivňování tisku“, který v říjnu zveřejnila společnost IDC za podpory OKI Europe, by se měl výrazně změnit způsob, jak malé a střední firmy nakupují a spravují svoji tiskovou infrastrukturu, pokud chtějí těžit z výhod nákladově efektivního, tzv. „chytrého“ tisku. V důsledku snahy firem tisknout čím dál více firemních materiálů přímo v kancelářích vzrostl prodej laserových a LED tiskáren do malých a středních podniků v celé Evropě o více než 3 % (IDC Hardcopy Device Usage: Applications Driving Print, 2011). „Průzkum ukazuje rostoucí využití barevného tisku, zejména proto, že firmy mohou své materiály v profesionální kvalitě tisknout na laserovém nebo LED zařízení přímo ve firmě, bez nutnosti zadávat zakázku externím dodavatelům. S rostoucím tlakem na kontrolu firemních nákladů v nejistém ekonomickém prostředí je tisk jednou z oblastí, ve které lze dosáhnout významných úspor s minimálním dopadem na podnikání,“ říká Miroslav Tyburec, ředitel Oki Systems pro Českou republiku a Slovensko.