

Duhový paprsek má vítěze

Soutěž Duhový paprsek zná své vítěze. Ve středu byli vyhlášeni na společenském Večeru sign-makingu v klubu Duplex. Nejúspěšnější se stejně jako loni stala společnost Atelier Spektrum. Získala celkem pět nominací na short listy v kategoriích Reklama outdoor (2x), Mobilní reklama (2x) a Nekomerční reklama. Za práci pro společnost Nike pak v kategorii Reklama outdoor získala Duhový paprsek. Tři nominace mohli slavit ve společnosti Athis Europeen. Ta získala tři nominace a Duhový paprsek v kategorii Nekomerční reklama. Dalším držitelem Duhového paprsku se stala společnost Rex Reklama, která zaujala porotce svou světelnou reklamou pro Manhattan Restaurant. Kategorie Mobilní outdoor se pak stala kořistí společnosti Vodafone, která jakožto zadavatel zakázky přihlásila speciálně vyzdobenou tramvaj. Z Duhového paprsku se mohou radovat také ve společnosti Dago. Její interiérový světelný stojan Bonaqua zvítězil v kategorii Reklama indoor.

Velkou debatu vyvolaly mezi porotci práce pro společnost Nike, které do soutěže přihlásila společnost Atelier Spektrum. Za odvahu přicházet stále s něčím novým ve svých outdoorových prezentacích a za vůbec celkový přínos české venkovní reklamě pak Nike získala Cenu poroty. Zvláštní cenou se může pochlubit společnost S Art agency. Hlavní mediální partner celé soutěže, časopis Sign, jí totiž udělil svou cenu za přeznačení společnosti Oskar na Vodafone.



Mountain prodává frézy

Společnost Mountain z Liberce představila na Reklamě novinku ve své nabídce strojů pro výrobu reklamy značky Coner. Polystyrénovou vyřezávací této značky doplnila 3D gravírka MGrav stejného výrobce. „MGrav je 3D gravírovací stroj neboli stolní frézka plně řízená počítačem. Je určena pro frézování, řezání, gravírování, rytí nebo vrtání do plastů, organického skla, dřeva a měkkých kovových materiálů do tvrdosti neželezných kovů, jako je například hliník nebo mosaz, případně jejich slitiny,“ popsal oblast využití frézky Libor Zavřel, majitel firmy Mountain. O přesnost frézování se stará digitálně řízený systém s minimální odchylkou při posuvu frézovací hlavy zajištěné šroubovací tyčí. Pracovní plocha přístroje činí 50 x 40 cm, maximální zářez v ose Z (tedy v podstatě hloubka vrtu) je 15 cm. Maximální rychlost posuvu v ose X, Y je 2500 mm/min. Zařízení je dodáváno jako kompletní výrobní technologie, balení tedy obsahuje stroj, řídicí jednotku, ovládací software, zaškolení a případné volitelné příslušenství.



Dny otevřených dveří Mutoh v Geodis Slovakia

Firma Geodis Slovakia, autorizovaný distributor a servis výrobků Mutoh ve Slovenské republice pořádá ve dnech 11. až 13. dubna Dny otevřených dveří. Akce proběhne v sídle firmy v Banské Bystrici. Zájemci se mohou seznámit s novinkami produktové dílny Mutoh. V provozu budou připravené tiskové technologie Mutoh Spitfire, Mutoh Rockhopper a řezací plotr Mutoh Ultima s optickým systémem pro výrobu samolepek a štítků. Pro zákazníky bude připraveno také plno novinek z oblasti nabídky tiskových médií, výstavních systémů a pomůcek pro výrobu reklamy. Každého návštěvníka čeká malé překvapení; kdo se zastaví, uvidí. Registrace pobíhá na e-mailu mutoh@geodis.sk nebo na faxovém čísle +421 484 318 do 7. dubna 2006.

Objednejte si ukázkový výtisk
časopisu **SIGN**

www.signmagazine.cz
predplatne@economia.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Kola se rozjedou dál

Na území čtvrté, páté a sedmé pražské městské části se má v dohledné době rozšířit projekt veřejné půjčovny kol, kterou dosud v Praze 8 provozuje společnost Homeport. Dvanáctku karlínských stojanů tak brzy budou následovat desítky dalších. Původní projekt počítal pro celé město s 500 stojany. Celý projekt má i svou komerční stránku.

„Reklamní partneři figurují jako sponzoři jednotlivých kol nebo stojanů. Smlouvy uzavíráme většinou na dobu jednoho roku,“ uvedl pro týdeník M&M zástupce Homeport Peter Zařko. Vedle hlavního partnera projektu, společnosti Karlin Real Estate Group, se touto cestou prezentují např. Dial Telecom nebo Europolis.

Kalendář roku uděloval ceny

Šestý ročník soutěže Kalendář roku zná své vítěze. Porota udělila v jednotlivých kategoriích celkem 22 cen, mezi které patřily cena Grand Prix a jedna zvláštní cena poroty. Počet příspěvků do soutěže se letos vyšplhal na 94. Přihlášené práce se vyznačovaly velmi vysokou úrovní, a jak zaznělo při zasedání poroty: „Je potěšitelné, že soutěž si za krátkou dobu svého působení získala takovou prestiž. Velkým přínosem je zejména možnost propojení akademického a obchodního světa noblesním způsobem.“ Hlavním posláním soutěže je podpora média, jež poskytuje firmám možnost kvalitní prezentace a realizátorům široké pole pro vyjádření filozofie zadávající společnosti.

Hannah rozšiřuje

Výrobce sportovního vybavení Hannah Czech pokračuje ve výstavbě vlastních prodejen. K plzeňské, jež vyrostla v roce 2004, otevírá nyní další dvě – tentokrát v hlavním městě. Konkrétně vybranými lokalitami se staly Palác Myslbek (na ploše 400 m²) a Obchodní centrum Letňany (160 m²). „Budování monobrandových prodejen jsme zahájili z důvodu možnosti prezentace výrobků Hannah pod jednou střechou,“ vysvětluje Filip Komorous, marketingový ředitel společnosti Hannah Czech. Společnost hodlá v průběhu tohoto roku zprovoznit několik dalších obchodních míst jak v České republice, tak i na Slovensku a v Polsku. V roce 2005 proinzerovala podle monitoringu TNS A-Connect v médiích celkem 6,7 mil. Kč, největší sumu z této částky spolkl reklama v tisku (3,95 mil. Kč).

Astron pořídil Virtu

Patrně největším technologickým exponátem na veletrhu Reklama, Polygraf byla švýcarská tiskárna Spühl Virtu. Jedná se o vůbec první stroj tohoto výrobce v České republice, těsně před veletrhem ho zakoupila firma Astron Print. „Rozhodovali jsme se mezi několika flatbed tiskárnami, ale nakonec jsme si vybrali právě Virtu. Je to vlastně Rolex mezi tiskárnami,“ uvedla Andrea Lukešová, obchodní ředitelka Astronu. Zatím nemohla zhodnotit první zkušenosti, protože technici švýcarské firmy přivezli tiskárnu přímo na výstavu.

Virtu je kombinovaná flatbed tiskárna (pro potisk pevných i pružných materiálů), veřejnosti známá spíše pod značkou Leggett & Platt, pod kterou se prodává ve Spojených státech. Právě v Evropě se prodává pod značkou Spühl, i když pokusy s prodejem pod vlastním brandem už v Evropě provedl i gigant 3M, který tiskárnu doplnil o vlastní software, média a inkousty. „Jedním z největších benefitů nového stroje pro naše zákazníky je možnost tisknout bílou barvou, což výrazně rozšiřuje spektrum potisknutelných médií. Pro nás je zase výhodný přímý tisk na desky, díky čemuž můžeme ceny tisku snížit o kaširování,“ vyjmenovala pozitiva nákup Andrea Lukešová.



Mimaki JV5: Nová solventní zbraň

Takřka všichni významní výrobci digitálních tiskáren středního formátu představili novou generaci strojů, kterými chtějí dále posílit segment solventních tiskáren. Výjimku zatím tvořilo Mimaki, na jehož JV5 se stále čeká. Nový stroj by se však měl na trhu objevit každým dnem a už nyní je jasné, že svými vlastnostmi bude pokukovat po špičce v nabitém segmentu. Nabídne tisk až 40 m²/hod s maximálním rozlišením až 540 x 1080 dpi, určený zejména pro nosiče s blízkou pohledovou vzdáleností a velkoplošné fotografie. JV5 je vybavena čtyřmi novými automatickými úkony – laserovou kontrolou tiskových trysek, automatickým nastavením výšky hlavy, automatickým přepínáním mezi zdvojenými inkoustovými zásobníky a automatickým posunem média. K dispozici jsou dva druhy inkoustů, eco-solventní a hard-solventní. Druhý jmenovaný však přijde na trh později. Tiskárny JV5 bude v ČR možné zakoupit prostřednictvím distributorů, kterými jsou firmy Electron a Spandex.



Nový model na výrobu neonových trubíc

Společnost Dencop Lighting představila na veletrhu Reklama, Polygraf čerpací stroj pro výrobu neonových trubíc D3 a D3/Z. Jedná se již o třetí vývojový model stroje. V něm byly zohledněny dlouhodobé zkušenosti s výrobou a servisem těchto zařízení, včetně vlastní zkušenosti společnosti v oblasti neonové techniky. Při vývoji tohoto typu se dbalo na to, aby servis a údržba byly minimální. Velkou předností je možnost postupného rozšiřování ze základního modelu D3/Z až do

(Pokračování na stránce 3)

Reklama na poště má čísla

Reklamní nosiče na pobočkách České pošty (rámečky 49 x 49 cm a formáty B1 a CLV), které provozuje společnost Dimarxx, se mohou nově opřít o průzkum návštěvníků zpracovaný agenturou TNS-AISA.

Nejsilnější věkovou skupinou klientů pošt jsou 30- až 39letí (24 %), následovaní 20- až 29letými a 50- až 59letými (po 20 %). Minimálně jednou měsíčně přijde na poštu 77 % lidí, čtyřikrát a vícekrát 17 % respondentů. Reklamu zaznamená 36 % návštěvníků pošt.

Více se dočtete v rozhovoru s office manažerkou Dimarxx Olgou Macháčovou v příloze týdeníku M&M Extra Indoor.

Scitex už plně pod HP

Tradičním exponátem na stánku HSW Signall byla tiskárna Scitex XLjet. Snad jen zasvěcení si všimli nápisu HP Scitex XL1200 a loď HP. Nový vlastník už začlenil Scitex do vlastních struktur a vystavený kus byl vůbec jeden z prvních, označených novým systémem číslování. Oproti předpokladům padla varianta s označením Designjet, který nesou menší stroje HP (i nově představené plody spolupráce s japonským Seiko Infotech Designjet 8000s a 9000s).

Gravotech na Slovensko

Společnost Gravotech z Benátek nad Jizerou ve druhé polovině dubna otevře pobočku v Bratislavě. Slovenští zákazníci si budou moci gravírky a frézy stejně jako spotřební materiály a software koupit na adrese Dvojkřížna 9, Bratislava - Vrakuňa.

Šanci prohlédnout si celý sortiment budou mít tamní zákazníci ve dnech 24. a 25. dubna u příležitosti dne otevřených dveří. Zákazníci z České republiky budou mít stejnou příležitost o několik dní dříve, ve dnech 19. a 20. dubna, kdy se jim budou zaměstnanci firmy věnovat v Benátkách nad Jizerou.

Ipex začíná

Tradiční veletrh tiskových služeb Ipex otevře dnes na osm dní brány birminghamského výstaviště NEC. Až do 11. dubna mají návštěvníci možnost zhlédnout trendy v oboru tisku. Vzhledem k tomu, že se letos sdružení FESPA rozhodlo upravit digitální klon svého stejnojmenného veletrhu, nedá se očekávat na Apexu až tak velký příliv novinek, významní výrobci čekají právě na FESPA Digital (16. až 18. května v Amsterdamu).

Vutek pro Athis

Poprvé po několika letech na Reklamě vystavoval americký výrobce digitálních tiskáren Vutek. Ten na konci minulého roku získal v České republice a na Slovensku oficiální zastoupení v podobě trenčínské firmy Grand-

(Pokračování na stránce 3)

MATERIÁLY A ŘEŠENÍ PRO VÝROBU REKLAMY

www.feronathysen.cz

FTP 1996 - 2006
FERONA THYSEN PLASTICS

(Pokračování ze stránky 2)

modelu s maximální výbavou D3. Konstrukce je řešena tak, že i zákazník může lehce provádět servis či případnou výměnu náhradních dílů sám. Veškeré náhradní díly pro servis drží Dencop skladem, smluvený servis zajišťuje do 48 hodin v návaznosti na místě servisu. Základní model D3 Z obsahuje ruční bezpečnostní spínač, rotační vývěvu (čerpací rychlost 6 m³ l/hod), 2 ks plynů 12 l (směs argon/neon a čistý neon), difúzní vývěvu Edwards (čerpací rychlost 60 l/sek), transformátor (včetně elektronické regulace), čerpací potrubí s možností čerpání neonu na jedné straně, sdružené měření vakua v rozsahu 1000 mbar do 1 x 10⁻³ v jedné větvi.

Dencop je schopen na přání rozšířit základní model o druhou větev, čímž se zvýší produktivita stroje o 80 %. Dále je možné zařízení vybavit inframěřením teplot zpracovávaných neonových trubic, jednotlivým měřením vakua na každé straně větve, dodáním vysoce výkonných difúzních vývěv s možností použití i turbomolekulárního čerpadla. Model D3 Dencop dodává s transformátorem 18KV/1,5A a s náplní plynu 70 l se speciálními regulačními ventily.

Reklama na dvou kolech

Společnost Segway CZ nabízí nový mobilní reklamní nosič. Jde o vozítko určené pro přepravu osob, která umějí sama udržovat rovnováhu a jsou určena k jízdě v jakémkoliv prostředí vyhrazeném pro chodce. Vozítka s reklamní plochou umístěnou na přední straně jsou ideální jako součást různých promoakcí či eventů, ale také jako samostatný reklamní nosič jezdící ulicemi.

Pronájem jednoho vozítka na jeden den vyjde na 15 tisíc Kč, za potisk reklamních ploch si Segway CZ účtuje 1100 Kč. V případě zapůjčení vozítka bez obsluhy se musí také absolvovat bezpečnostní školení, dále je nutné složit zálohu ve výši ceny nového vozítka, tedy 200 tisíc Kč. V případě objednání vozítka s obsluhou (450 Kč/hodina) se záloha neskládá.



Inkousty Mutoh Value ink pro levnější tisk

Výrobce tiskáren Mutoh uvádí prostřednictvím svého autorizovaného distributora a servisu pro Českou republiku a Slovensko, firmy Geodis Group, na trh nové solventní inkousty Mutoh Value ink pro řadu tiskáren Mutoh Osprey. Inkousty se vyznačují velice dobrou chemickou a mechanickou odolností a UV stálostí až 3 roky v exteriéru bez laminace. Pro tisk černé barvy v grafice není potřeba domíchávat ostatní barvy a tisk probíhá převážně pouze z černé barvy, což má velmi příznivý vliv na náklady na tisk. Vzhledem k tomu, že jsou nové inkousty až o 40 % levnější než současné, je úspora nákladů na tisk u některých zakázek až 50 %.

Mobilní reklama TruckBoard

Společnost Galileo Production představila na veletrhu Reklama, Polygraf svůj nový projekt TruckBoard. Jde o nový přístup k využití nákladních vozů jako prostředku venkovní reklamy. Kon-

krétně se jedná o skříňové návěsy o délce 7,5 a 13,6 m. Ty se až doposud označovaly reklamou pomocí samolepicích folií.

TruckBoard využívá speciální rám a celoplošně potištěnou plachtu na návěsu vozu. Plachta se jednoduše natáhne na rám pevně uchycený na návěsu a vypne se. TruckBoard systém obsahuje dvě sady: příslušenství Truck, které obsahuje díly potřebné pro montáž systému na návěs, a sadu Print, v níž je vše potřebné pro finální opracování a montáž plachty.



Obrazovky na výstavišti

Vystavovatelé budou mít během Stavebních veletrhů Brno (od 25. do 29. dubna) možnost prezentovat svou nabídku přímo v areálu výstaviště prostřednictvím informačních velkoplošných obrazovek. Společnost Veletrhy Brno, která od počátku roku spravuje veškeré reklamní aktivity na výstavišti, slibuje zadavatelům odvyšlat na zařízení o ploše několika metrů čtverečních jejich spot až 300krát denně.

(Pokračování ze stránky 2)

format. A právě ta prezentovala na Reklamě flatbed PressVu 200/600, který už si našel svého prvního zákazníka. Vystavený stroj si pořídila tiskárna Athis Europeen z Prahy.

ISA a JK Spektrum společně

Na trhu výroby světelné reklamy došlo k velice zajímavému spojení. Nymburská firma JK Spektrum se dostala pod křídla pražské společnosti ISA. Ta získala akvizicí hlavně výrobní závod JK Spektrum v Nymburce, který se tak stal jejím druhým výrobním místem. Tím se samozřejmě došlo rozšířit výrobní kapacity. Poprvé firmy prezentovaly své spojení v Levém křídle Průmyslového paláce na veletrhu Reklama, Polygraf 2006.

Významný rebranding v SR

Společnost Slovak Telecom ukončila přípravu na změnu korporátní značky a na uvedení nové obchodní značky. Novým obchodním jménem společnosti Slovak Telekom, a.s., a novou značkou, pod kterou budou nabízeny nové produkty a služby pevné sítě, je T-Com. Společnost Slovak Telekom tak i vizuálně prezentuje svoji příslušnost do skupiny Deutsche Telekom AG.

Změna firemní identity znamená i viditelnou změnu sítě prodejných míst. Novým názvem prodejných míst je T-Centrum. V prodejných místech bude viditelná spolupráce mezi společnostmi Slovak Telekom a T-Mobile Slovensko. T-Centra budou nabízet na jednom místě hlasové, datové, internetové produkty a služby a koncová zařízení stejně jako předplacené produkty společnosti T-Mobile Slovensko.

Síť prodejných míst společnosti Slovak Telekom tvoří 55 prodejen, z toho 32 vlastních míst prodeje a 23 brand shopů (značkových prodejen). Z celkového počtu prodejných míst jich 12 prošlo kompletní změnou na tzv. plný design „T“ (11 vlastních prodejných míst a 1 brand shop), u zbývajících 43 míst prodeje jde o úpravy, které se týkají především exteriérového označení a implementace korporátních barev a prvků.

Reklamní pásky na kelímcích

Agentura Aba Events & Promotion představila na veletrhu Reklama, Polygraf nové reklamní médium Coffe Strips – kartonové reklamní pásky nalepené na kelímcích z nápojových automatů Selecta.

„Jde o originální způsob oslovení, požadované sdělení se dostane přímo do rukou zákazníků,“ uvádí Rostislav Nič, výkonný ředitel společnosti Aba Events & Promotion. Reklamní pásky na kelímcích nabízejí podle Niče možnost kontaktovat 1,5 až 2 mil. klientů za měsíc. Nápojové automaty Selecta pokrývají celou Českou republiku.