

Vzniká Asociace výrobců signmakingu

Zatímco dodavatelé technologií a materiálů pro signmaking už svojí oborovou asociaci mají dávno, mnohem větší skupině výrobců reklamy se podobná výsada dosud vyhýbala. To chce napravit Jan Hrkál, majitel společnosti Světelná reklama Hrkál & Greiner. Z jeho popudu proto oficiálně v květnu 2007 vznikne Asociace výrobců signmakingu. Asociace má tři hlavní cíle:

- Rozvoj oboru především získáváním a předáváním informací, aktualit a novinek. Organizování odborných seminářů pro členy i zájemce z řad ostatních firem.
- Zavádění standardů jak v oblasti technické a výrobní, tj. zavést určité standardizované postupy v přístupu k realizaci zakázek a terminologii. Stanovení etických standardů v konkurenčním souboji.
- Rozvoj komunikace mezi jednotlivými subjekty, např. při předávání informací o neplatičích či zájemcích o zaměstnání a rozšíření možností spolupráce.

Asociace je určena zejména výrobcům signmakingu, tedy výrobcům fóliové grafiky, světelných reklam, tištěné grafiky, informačních a orientačních systémů, a dále firmám, které se zabývají potiskem autoplachet, sitotiskem a dalšími technologiemi z oboru. Nicméně je otevřena také dalším firmám a jednotlivcům, kteří se zajímají o obor signmakingu, působí v něm či s ním úzce spolupracují, jako například agentury, dodavatelé materiálů, odborné časopisy a další.

Nový UV ColorSpan

Firma MacDermid oznámila 12. února uvedení nové řady velkoformátových digitálních tiskáren ColorSpan 5440UV. Jedná se o inkjetové tiskárny s inkousty vytvrzovanými UV zářením se šířkou tisku 137 cm, se skutečným rozlišením 1200 dpi a možností tisknout na běžná média bez zvláštní povrchové vrstvy (coating), a to jak z role na roli, tak na desky až do tloušťky 2,54 cm. Tiskárny se vyznačují zcela novou konstrukcí s integrovanými podávacími stolky, které se vysunou pro tisk na desková média či zůstanou zasunuty při tisku z role na roli. Modelová řada obsahuje čtyři modely lišící se počtem tiskových hlav, tedy i produktivitou a kvalitou tisku a samozřejmě i cenou.

ColorSpan 5440UV má čtyři tiskové hlavy. ColorSpan 5445UV 2 x 4 tiskové hlavy, a tedy stejnou výstupní kvalitu, ale dvojnásobný výkon. ColorSpan 5460UV pracuje se sadou barev CMYKcm, a má tedy 6 tiskových hlav, a konečně ColorSpan 5465UV jich má dvojnásobek – 12, a tedy i dvojnásobný výkon. Rozšířená sada barev přináší zvýšenou kvalitu tisku zvláště v jemných tónech, která je srovnatelná s rozlišením 1800 dpi. Kromě nejvyšší kvality dokážou tiskárny uspokojit i nároky na produkci. Rychlost tisku se pohybuje mezi 36 m²/h přes 18 m²/h po 4,5 m²/h v absolutně nejvyšší kvalitě. Díky použití inkoustů vytvrzovaných UV zářením jsou nároky na údržbu a obsluhu minimální.

Téměř všechny funkce jsou automatizovány – úprava výšky hlav podle tloušťky média, kalibrace soutisku, vyřazení a náhrada vadných trysek, barevná kalibrace, vytváření barevných profilů na různá média. Výrobce chtěl touto řadou uspokojit požadavky zákazníků na kvalitu srovnatelnou s tiskem vodou ředitelnými inkousty, na odolnost v exteriéru srovnatelnou s tiskem solventními inkousty, ale bez jejich typického oděru a s možností tisknout bez problémů na běžná média. Autorizovaným prodejcem v ČR je od roku 1994 firma Trimen.



Objednejte si předplatné
časopisu SIGN

www.signmagazine.cz
předplatne@economia.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Portfolio Kala plně v prodeji

Společnost Multiexpo rozšířila nabídku laminátorů francouzské firmy Kala na kompletní portfolio tohoto výrobce. Laminátory Kala se kromě robustní a pevné konstrukce vyznačují hlavně jednoduchým a přehledným ovládáním, množstvím detailů ulehčujících práci a velmi příznivým poměrem cena/výkon. Z modelové řady si může zákazník vybrat od jednoduchého modelu Bunny přes poloprofesionální řešení Sirocco a Baltic až po plně profesionálně vybavené modely Mistral, Arkane a Atlantic.

Model Mistral je vybavený vyhřívaným vrchním válcem do pracovní teploty 45 °C na zlepšení procesu polymerizace, model Arkane do 160 °C a modely Sirocco a Atlantic jsou vybaveny oběma vyhřívanými válci na 160 °C. Všechny modely disponují přehledným ovládacím digitálním panelem, elektronickou regulací přítlaku, rychlosti a teploty.

Kromě klasického laminování umožňují laminátory Kala i kašírování a oboustranné laminování. Standardní záruku si můžete za určitých podmínek prodloužit o další rok. Volitelně je možné si doobjednat navíjecí systém.



Chcete znát vaše nejlepší ceny?
Zalogujte se na www.hsw.cz!

Pokud neznáte svůj login, vyžádejte si ho na <http://www.hsw.cz/login.php>

H·S·W
Signall

Angelis generálním ředitelem HSW Signall



Od 1. února 2007 má společnost HSW Signall nového generálního ředitele. Stal se jím Marek Angelis. Marek Angelis nahradil stávajícího generálního ředitele Martina Melína, který dále pracuje pro společnost na pozici marketingového ředitele.

Marek Angelis (35) pracuje v oboru více než 10 let. V roce 1997 založil společnost Signall, s.r.o., která začala v České republice a na Slovensku prodávat technologie a materiály pro výrobu reklamy. Signall se v roce 2001 spojil se společností HSW Signware. Ve společnosti HSW Signall měl Marek Angelis na starosti prodej a technickou podporu technologií a byl rovněž jednatelem společnosti.

HSW Signall působí jako dodavatel technologických zařízení a materiálů pro výrobu reklamy, dosahuje obrátu 250 mil. Kč a zaměstnává 40 lidí.

Barco s novinkou MiTriX

Barco rozšířilo nabídku LED systémů o novinku MiTriX, kterou jako první využil koncern General Motors ve své expozici v rámci automobilové přehlídky North American International Auto Show 2007 (NAIAS) v Detroitu, v americkém státě Michigan. Pro tento účel bylo navrženo vyvýšené jeviště, v jehož centru se instalovala oblouková stěna sestavená z modulů Barco MiTriX. Během zahajovací tiskové konference se na LED stěně zobrazovaly grafické i obrazové materiály, loga výrobce i vozů.

Čím se vlastně MiTriX liší od ostatních kreativních produktů LED? Každý modul je polo-průhledný s centrální samonosnou konstrukcí a nevyžaduje žádnou speciální sestavu pro rental aplikace. MiTriX vychází z OLite platformy, takže každá jednotka se může pochlubit vysokým rozlišením s roztečí bodů 24 mm, malými rozměry (384 x 192 mm), velmi nízkou hmotností (1 kg) a jasem 3000 Nitů. Barco MiTriX lze využít pro venkovní i vnitřní instalace. Typickými aplikacemi se stanou koncertní pódia, výstavy a veletrhy. Nový LED systém se však začne také začleňovat do architektonických návrhů.



Vodopád ve tvaru loga: nový tahák pro instore?

Již několik let je na trhu technologie, která umožňuje zobrazit logo pomocí padající vody. Efektivní realizaci má na svědomí umělý vodopád. Po několika letech testování a zkoušení ji úspěšně používá například automobilka Jeep. Každý vystavovatel na výstavě hledá způsoby, jak přilákat co možná největší pozornost právě pro svoji expozici. Někteří se snaží přilákat krásnými hosteskami, jiní zkouší sampling všech možných produktů. Další možností může být netradiční pojetí reklamního sdělení. Takovým způsobem se rozhodla oslovit potenciální zákazníky i společnost Jeep. Součástí její expozice je vodopád, který je možné použít na zobrazení obrázku, jednoduché iluze animace nebo prostého textu.

„Technologie reklamního vodopádu je překvapivě velmi podobná technologii inkoustové tiskárny,“ říká John Tulloch, designér vodopádu. Realizaci tvoří vnitřní okruh, kterým cirkuluje voda. Systém pump a potrubí žene vodu uvnitř falešných stěn přímo k vodním tryskám. Každý den je navíc nutné doplnit přes 75 litrů vody (20 galonů), které se dostanou mimo okruh. Ke ztrátám dochází jednak prostým únikem z hlavní nádrže, jednak vypařením. Příprava instalace trvá celkem čtyři dny. Dva jsou potřeba na přípravu a instalaci, další dva pak zabere programování a zkoušení.



**Objednejte si ZDARMA
zasílání newsletteru**

SIGN LINE

na pdf.sign@economia.cz

Příznivější cena za Osprey 102

Výrobce tiskáren Mutoh se rozhodl výrazně snížit prodejní cenu tiskárny Osprey 102 s maximální tiskovou šíří 2,6 m. Tato vysoce produkční tisková technologie využívající hard-solventní inkousty, ale také revoluční technologii tisku I2, se dá od poloviny února pořídit o 7000 eur levněji, než tomu bylo dříve.

„Tato informace jistě potěší všechny zájemce o tuto tiskovou technologii i vzhledem k tomu, že se ještě výrazněji zvýší už i tak výborný poměr kvality, produkční rychlosti tisku a nákladů na tisk,“ říká Leoš Durajka, vedoucí oddělení prodeje velkoformátových tiskáren Mutoh, firmy Geodis Brno.

Cenu snižuje i druhý distributor Mutohu u nás, společnost HSW Signall, konkrétně o 216 tisíc Kč, což odpovídá zmíněné sumě 7000 eur. „Kdo si chce pořídit hard-solventní tiskárnu v tiskové šířce 2,5 m, má vynikající příležitost ušetřit nebo snížit leasingovou splátku až o 7000 Kč měsíčně,“ říká Karel Prášil, product manažer HSW Signall pro velkoplošné tiskárny.

Větší šíře tisku pro ValueJet

Oficiálně uváděná maximální tisková šíře tiskárny Mutoh ValueJet 1204 je 1200 mm. Tato tisková šíře je dosažitelná ve všech tiskových módech při jednosměrném a obousměrném tisku. V případě potřeby však mají uživatelé novou možnost zvýšit šíři tisku až na 1219 mm. Tato expanze se však dá požit pouze v některých tiskových režimech a při jednosměrném tisku. Pro dodržení předepsaných minimálních okrajů 3 mm z pravé a levé strany je nutné, aby minimální šířka materiálu byla 1225 mm.

Reklamní vajíčka v Japonsku

V Japonsku se objevila propagační kampaň na známou značku nudlí firmy Nissin Food Products' Chicken Ramen na speciálním nosiči – vaječné skořápce. V prodejně ve městě
(Pokračování na straně 3)

Print&Cut MUTOH - mimořádná nabídka na bundle MUTOH ValueJet 1204 & MUTOH Ultima SC-1400D.

ValueJet



NOVINKY Z MUTOHu na www.geodis.cz

GEODIS
GEODIS BRNO, spol. s r.o.

Autorizovaný distributor a servisní partner
MUTOH pro ČR a SR.

Stavební spořitelna se odvážala

Pro aktuální kampaň objevila Stavební spořitelna České spořitelny skutečné kouzlo polepů prostředků hromadné dopravy. Samolepicí okenní fólie ve tvaru buřinky se objevily na autobusových linkách ve vybraných městech. „Naším cílem bylo rozšířit komunikační mix o alternativní média, která mají svou netradiční formou a umístěním šanci lépe zaujmout. Navíc v rámci vybraného kreativní ztvárnění se využití MHD přímo nabízelo,“ vysvětluje Zdenka Blechová z oddělení firemní komunikace Stavební spořitelny České spořitelny. Nápad plynule navazuje na aktuální televizní kampaň. Umístění červených buřinek na skla autobusů má vyvolat dojem, že lidé sedící v autobuse mají buřinku na hlavě. Nápad byl realizován na vybraných linkách v Praze, Brně, Ostrově, Hradci Králové a Plzni. Velikost symbolu Stavební spořitelny České spořitelny byla omezena formátem 30 x 30 cm. Jako materiál byla zvolena samolepicí okenní fólie. Ta byla použita i na zadní část autobusu ve formátu 120 x 60 cm, kde bylo komunikováno sdělení kampaně – „Za úvěry od Buřinky se teď neplatí“. Kampaň navrhla agentura Young & Rubicam.



Bluetooth testován v Globusu

Možnosti tzv. bluetooth marketingu v místě prodeje a motivaci nakupujících k interakci testovaly v hypermarketu Globus v pražských Makovicích společnosti EasyCo a CZ-Visual Impact. Jednotka Bluepoint umístěná na jedné z pokladen vysílala na mobilní telefony nakupujících po jejich předchozím svolení digitální obsah, na který byli předtím upozorněni na LCD monitorech v hypermarketu. Rozesílaný obsah ve formě videa (vánoční přání) byl zakončen výroční upoutávkou Globusu. Celkem bylo osloveno 1211 unikátních mobilních telefonů.

Dotýkejte se, prosím!

Rakouský launch nového systému Vista společnosti Microsoft má ve venkovní reklamě v podání citylightů společnosti Gewista i zvukovou stránku. Hlasitý pozdrav „Wow – windowsvista.at“, který zní v současnosti na 24 videňských zastávkách, není na rozdíl od některých tuzemských realizací přehráván automaticky, ale až po stisknutí vyznačeného místa na ploše. Outdoorová složka kampaně běží ve statické formě také na 1130 klasických CLV po celém Rakousku.

Sdružení uskutečnilo výzkum signmakingového trhu

Začátkem února se v Průhoncích uskutečnila valná hromada Sdružení dodavatelů pro signmaking v České republice. Prioritním úkolem setkání byl pravidelný již šestý interní výzkum signmakingového trhu materiálů a technologií. Kompletní data do výzkumu poskytly firmy: 3M Česko, Alphaset, Antalis, Bitcon, Dencop Lighting, Feron Thyssen Plastics, Geodis Brno, Hewlett – Packard, HSW Signall, Kalla Repromedia, Multiexpo, SBA Bohemia, Simona Plastics CZ, Spandex Syndicut, Tepede, Vink – Plasty a společnost Zenit.

Z výzkumu je patrné, že celkový obrát z prodeje technologií a materiálů u výše jmenovaných firem v signmakingu za rok 2006 činí 1 218 501 724 Kč. Vzhledem k tomu, že se výzkumu neúčastnily všechny firmy působící v této oblasti, odhadem se jedná o 80% podíl objemu všech realizovaných obchodů v roce 2006.

FTP

stavebnictví

reklama

průmysl

DIY

Reklama Praha

28. - 30. března 2007

Jsme dodavatelem

plastických hmot

především pro reklamu,

stavebnictví a průmysl

CERTIFIKOVANO

ISO

9001, 14001

18001

FERONA THYSSSEN PLASTICS

www.feronathyssen.cz

(Pokračování ze strany 2)

Urayasu v prefektuře Chiba byla na každé vajíčko přilepena kulatá nálepka o velikosti osmnácti milimetrů. Kampaň by měla rovněž upozornit na společnost Sunny Side Up, organizující promotion akce. Inzerenti jsou toho názoru, že to zákazníci, kteří uvidí doma vajíčka s touto etiketou, osloví (zejména pak hospodyně).

Reklamní vajíčka budou během příštího měsíce prodávána ve více než dvou stech obchodech Daiei roztroušených po Japonsku – vyjma prodejen na ostrově Hokkaidó. V prodeji bude zhruba 300 tisíc balení, kampaň propagující Chicken Ramen bude probíhat souběžně.

Volný zahájil geurillovou reklamní kampaň na levný internet

Společnost Volný (Telekom Austria Group) zahájila na konci ledna další kampaň, v jejímž mediaplánu je zahrnuta i guerillová reklama. Hlavním sdělením kampaně je nabídka levného internetu. Revoluci v reklamě Volný nahradil symbolikou nebezpečí, pastí, odpadkového koše či WC, odkazující na ostatní dražší nabídky internetového připojení.

Kromě plakátů a samolepek na ulicích, polepů tramvají, roadshow v místech pokrytí (11 měst) komunikuje Volný cestou rozhlasových spotů na třech celoplošných stanicích a na internetových bannerech. Kampaň kreativně vytvářela rakouská agentura Seso media group.

signmaking, sítotisk, deskové

a digitální materiály, velkoformátové

tiskárny, laminátory, řezací plotry

I'multiexpo

www.multiexpo.eu