

Matrix Media ve Varech

Společnost Matrix Media pro klienta Vodafone zrealizovala jako reklamní médium na MFF KV 2007 nový typ materiálu na českém trhu – reflexní banner. Výhodou tohoto typu média je za dnešního světla mnohem větší výraznost celé grafiky. Jde o klasické PVC médium, které má přední tiskovou stranu opatřenou reflexním povrchem srovnatelným s klasickou reflexní fólií na tisk. Plachta tedy upoutá již na první pohled svým výrazným odleskem a výrazným barevným prokreslením. V noci navíc při osvětlení od pouličních lamp banner doslova „svítí“. Nejvýraznějšího efektu tohoto typu média by bylo dosaženo, pokud by byl umístěn na nějakém tmavém místě a v noci by ho osvětlovala například projíždějící auta nebo předem nastavený světelný zdroj. Použití na mostech při výrobě klasické mostní grafiky je na zvažení. Klasická mostní média nepovolují červenou reflexní fólii. Úchyty na mostní konstrukci byly svařené speciálně na tento most po předchozím monitoringu. Byly zhotoveny na montované bázi, tak aby nedošlo k poškození mostní konstrukce. Specialitou těchto úchyťů byl požadavek současného umístění na stejnou stranu, kde byla najednou osazena vnitřní i vnější strana. Vnitřní strana navíc musela být konstrukčně vyřešena tak, aby nebylo bráněno průchodu chodců.



Noví členové Sdružení dodavatelů pro signmaking

Na uplynulé valné hromadě Sdružení dodavatelů pro signmaking ČR projevil zájem vstoupit do profesního sdružení a podílet se na práci a kultivaci českého signmakingového trhu společnosti Dencop Lighting a Tepede. „Jsme moc rádi, že vstupujeme do Sdružení a jsme připraveni podílet se na všech aktivitách včetně plnění etického kodexu,“ uvedl Milan Gregůrek z Dencop Lighting. „Je to pro nás prestižní záležitost a vážím si přijetí,“ řekl Libor Růžička ze společnosti Tepede. Nutno dodat, že přijetí nových členů bylo jednomyslně schváleno. Na příští valné hromadě, která se uskuteční v září, se bude jednat o vstupu do Sdružení společnosti Océ, která už dříve avizovala svůj zájem o vstup.

Nový koncept Mutoh Blizzard

Na veletrhu Fespa 2007 představila společnost Mutoh svůj nový koncept mild-solventní tiskárny Mutoh Blizzard. Jde o technologii, která v plné míře využívá vysokou kvalitu tisku díky technologii i2 a svým uživatelům vychází vstříc mnoha konstrukčními detaily pro usnadnění obsluhy a manipulace s výtisky. Na trhu by se měly objevit dvě varianty této technologie. Kratší model by měl mít šířku 65" (1651 mm) a delší 90" (2280 mm). Stroj je vybaven odvíjecím a navíjecím systémem pro média do 100 kg, který veřejnost zná z modelů Mutoh Spitfire. Stroj s osazením 2xCMYK dokáže produkovat ve vysoké kvalitě až 38 m²/hod, ale na samolepící fólie dokáže tisknout rychlostí více než 80 m²/hod. Konstrukteři použili osm piezoelektrických tiskových hlav s měnitelnou velikostí kapky, takže pro každou barvu je tu jedna tisková hlava se 720 tryskami.

„Zatím lze říci, že nová tiskárna nabízí moderní, výkonné a spolehlivé řešení pro tisk ve vysoké kvalitě, a to rychlostí, která je pro stroje střední kategorie nadstandardní,“ vysvětluje Karel Prášil, produktový manažer společnosti HSW Signall, která je distribučním a servisním střediskem strojů Mutoh v České republice a na Slovensku. Dalšími distributory jsou Geodis Brno a Tepede.



Objednejte si předplatné
časopisu **SIGN**

www.signmagazine.cz
předplatne@economia.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Reklama u kadeřníků ožila

S nabídkou 500 míst s nosiči formátu A4 umístěných v kadeřnických salonech po celé ČR vstupuje na trh indoor reklamy společnost Benefit Media (BM). „Chceme tuto možnost prezentace kombinovat s nabídkou ochutnávek, samplingů atd. přímo v salonech. Vhodná je pro široké spektrum klientů,“ uvedl pro časopis Marketing & Media managing director BM Petr Nespěšný. Do konce roku společnost počítá zhruba se 40% obsazeností ploch, v horizontu 12 měsíců BM hodlá portfolio rozšířit až na 1500 míst. Novinka na trhu, která podle Nespěšného není přímou konkurencí podobně zaměřených sítí společností Reblok a Czech Indoor Media, částečně vychází z nabídky firmy Style Media, která tuto činnost na českém trhu ukončila loni na jaře.

Kvalitněji s HP Scitex XL1500

Společnost HP implementovala do svých XXL tiskáren HP Scitex XL1500 nový multiúrovňový kontrolní algoritmus, který zvyšuje kvalitu tisku, odstraňuje banding a zmitost výtisků. Prostřednictvím vylepšeného softwaru může uživatel uvedené jevy ještě lépe eliminovat i při nejvyšších rychlostech tisku.



Letní příležitost u HSW Signall

Pro více informací klikněte na www.hsw.cz



Outdoor akzent se převlékne

Společnost outdoor akzent, lídra domácího trhu ve formátu billboard, čeká v dohledné době přejmenování na Epamedia International a změna korporátního grafického designu. Analogický postup má být uplatněn i v případě dalších deseti zemí střední a východní Evropy, kde má své dcery rakouská firma Epamedia, Europäische Plakat und Außenmedien. Ta změnila design a název z původního epa Holding už loni v září. Podle našich informací proběhnu změny v síti dceřiných společností v horizontu jednoho až pěti let, podle potřeb a připravenosti jednotlivých trhů. „Tím, že jsme přejmenovali outdoor akzent na Epamedia International, dále sledujeme cestu, kterou jsme se rozhodli v Rakousku jít. Tato jednotná strategie značky jasně ukazuje trhu, že Epamedia je hlavní hráč na trhu venkovní reklamy v centrální a východní Evropě,“ komentoval kroky Heinrich Schuster, chairman Epamedia. Epamedia je v regionu střední a východní Evropy aktivní od roku 1988. V ČR provozuje v současnosti outdoor akzent podle vlastních internetových stránek mj. 6870 euroformátových billboardů, 42 euroformátových backlightů, 27 bigboardů a 78 backlightů v bigboardovém formátu.

Mobilboard netradičně na vozech hromadné dopravy

Pro období červen až červenec 2007 si zvolil netradiční reklamní formát klient Nestlé pro svou novou promo kampaň „Nescafé Classic“. Téměř padesátka autobusů opatřených reklamními polepy s motivem Nescafé se střídaly na linkách MHD v sedmi městech na Slovensku.

Netradiční formát v podobě pásu pod okny byl situován z nástupní strany ode dveří tramvají a autobusů, kde na poloviční postavy sedící v županu navazují v oknech skutečné postavy cestujících lidí. Grafika je doplněna headlinem „Buď Classic v županě od Nescafé“. Na některých trolej-busech a autobusech zase polep celých dveří znázorňuje velký červený župan s logem „Nescafé“. Kreativní agentura OgilvyAction ČR zde vtipně využívá detaily karoserie vozů MHD a ukazuje je jako přednost. Vozy MHD doplňují celkovou koncepci kampaně. Podle informací zajišťující mediální agentury Mediaedge:cia SR probíhala kampaň na Slovensku současně v TV, outdooru a na internetu.

Produkcí mobilních formátů zajišťoval Mobilboard. Hlavním výrobním problémem mobilního formátu bylo rozpracování grafiky do různých rozměrů karoserií a využití sedících cestujících, které představovalo přesné zaměření všech sedadel ve všech typech autobusů a tramvají. Technologie výroby mobilních formátů je řešena vinylovou fólií v kombinaci s jednosměrně průhlednou okenní grafikou 3M Scotchprint, která je schválena atestem Ministerstva dopravy ČR.



Multiexpo zásobuje světelnou reklamu

Multiexpo rozšířilo svoji nabídku o materiály pro výrobu světelné reklamy. Do nové produktové skupiny patří LED moduly a transformátory, LED lišty a flexibilní pásy, hliníkové a PVC profily pro výrobu světelných boxů, materiály Alurol 3D, Elkamet a Sami profil pro výrobu světelných písmen, dále také LED informační displeje, textové LED displeje a lékárenské kříže, LED systémy pro totémy čerpacích stanic a další. Další novinkou v sortimentu Multiexpa je nabídka unikátního softwaru, který umožňuje vytváření a správu sítě zobrazovacích zařízení (LCD, plazma, projektor...). S využitím tohoto systému je možné distribuovat reklamní spoty i informace pro zákazníky cíleně podle umístění zobrazovacího zařízení, vytvářet skupiny těchto zařízení, případně na každém displeji zobrazovat jiné informace. Je možné naplánovat na přesný čas vyslání, počet opakování jednotlivých spotů a více. To vše z jednoho místa prostřednictvím intuitivního webového rozhraní.

Grapo na Fespě

Jednu z českých firem na Fespě byla i olomoucká firma Grapo, která byla na veletrhu přítomná prostřednictvím dvou vystavovatelů. Prvním byla firma Bedigital, pro kterou Grapo vyrábí v rámci partnerství OEM stroje, které jsou prostřednictvím tohoto španělského distributora vyvážené do celého světa (posledních několik strojů bylo tímto distributorem, pro zajímavost, vyvezeno do Jihoafrické republiky a Austrálie). Na tomto stánku mohli zákazníci vidět i nový hybridní stroj nové generace Octopus II, který se od letošního roku v Grapu vyrábí.

Samostatně se firma Grapo prezentovala na stánku ve spolupráci s firmou Stark Solution Europe, kde byl předváděn stroj Manta v originálním firemním designu. Firma Grapo se tak zařadila vedle vystavovatelů světových jmen jako Vutek, Durst, NUR a stává se tak stále známějším výrobcem dostupných, industriálních velkoformátových tiskáren.

Allianz s guerilla kampaní

Pojišťovna Allianz spustila kampaň „I Vaše auto má spoustu nepřátel“. Reklamní kampaň zahrnovala kromě běžných TV spotů také guerilla. Ta se zaměřila především na vozidla a jejich majitele. Guerilla kampaň využívala papírové botičky, které měly evokovat ukradení kola, a samolepky poukazující na možná poškození aut. Kampaň probíhala v pěti městech ČR.

Informace ve vlaku nově

České dráhy v těchto dnech zahajují plošné umístění nových informačních samolepek do nástupních prostor osobních vozů. Informační vizuály o formátu A3 v podobě potištěné samolepicí fólie poskytnou cestujícím důležité informace, například informace o telefonních spojeních v případě nouze (trojjazyčně v češtině, angličtině a němčině), kontakty na informační zdroje o spojích Českých drah nebo instrukce a informace o základních pravidlech pohodlné a bezpečné přepravy cestujících a o službách, které jim může poskytnout vlakový personál Českých drah.

Cílem rozmištění informačních vizuálů v přibližně 4000 vozech je jednotným způsobem poskytnout nejdůležitější informace cestujícím během přepravy vlakem. Tyto informace by jim měly pomoci nejen při mimořádných situacích, ale současně je informovat o pomoci a službách, které cestujícím může poskytnout přímo vlakový personál.

Controltac nové generace

Společnost 3M představuje novou řadu svých prémiových grafických fólií 3M Controltac, které výrazně vylepšila a zdokonalila. Fólie 3M Controltac nyní obsahují lepidlo s funkcí Comply v2, jež nabízí nejen jednoduchou instalaci, ale obsahuje i neviditelné kanálky, které zajišťují odstranění vzduchu, čímž se docílí hladšího vzhledu a vyššího lesku. Mezi fólie s novým lepidlem Comply v2 patří materiál pro řezanou i tištěnou reklamu 3M Controltac s lepidlem Comply v2 CT 180Cv2 a IJ 180Cv2. „Vyvinuli jsme nové lepidlo Comply v2 jako reakci na přání zákazníků mít k dispozici fólie s jednoduchou manipulací a instalací, které by měly hladký povrch s vysokým leskem, jenž vypadá stejně dobře zblízka i z dálky,“ říká Roel Meeusen, 3M Market Development Manager, „tyto fólie se rovněž vyznačují vynikající počáteční adhezí.“

Patentované technologie u fólií 3M Controltac Plus Graphic s lepidlem Comply v2 zajišťují umístění grafiky na zvolený povrch bez jakéhokoliv úsilí a v případě potřeby umožňují i její snadný přesun. Tato technologie poskytuje rychlou a jednoduchou instalaci bez vzduchových bublin, a to i za náročných podmínek.

Podle 3M budou výrobky s novým lepidlem Comply v2 a původním lepidlem Comply schopny naplnit všechny potřeby trhu. Úroveň

(Pokračování na stránce 3)

Sára s novinkami

Společnost Sára představila dvě novinky pro řešení instore komunikace, prezentační systém UNI a display systém AIR. Prezentační systém UNI je tvořen hliníkovým profilem a řadou spojovacích dílků a doplňků. Ze systému lze sestavit různé stojany, paravany i prezentační stěny. Hotové sestavy lze časem upravovat a doplňovat podle aktuálních požadavků. Display systém AIR pak tvoří komponenty lankového a distančního systému. Oba systémy spolu souvisejí a lze je různě kombinovat. Nosičem informace v UNI a AIR systému jsou akrylátové (plexisklové) doplňky, cedule a tabulky, kapsy na plakáty, zásobníky na letáky, police a boxy na výrobky.

Akrylát je oblíbeným materiálem pro interiéry, vzhledem připomíná sklo, ale zároveň je bezpečný a lehký. Pro zpracování akrylátu společnost Sára instalovala ve své brněnské výrobní hale nový výkonný MultiCam laser 2000. V parametrech pracovní rychlosti a plochy se toto zařízení řadí na špičku na světovém trhu.



Na trh se vracejí dřevěné terče

Zakázkovou výrobu dřevěných terčů z dubového masivu zahájila v uplynulých dnech olomoucká firma Grapo. O památné terče, odborně i laické veřejnosti dobře známé z expozic českých muzeí a zámků, byl mezi střílci dlouhodobě velký zájem, jejich výroba však více než sto let neexistovala. Poslední dřevěné terče s malbami loveckých výjevů byly na našem území zhotoveny před první světovou válkou pro movité šlechtické zákazníky a sloužily ve většině případů jako dárkové předměty, které byly po použití zarámovány a vystaveny. Tyto terče jsou dnes kromě nemnoha soukromých sbírek k vidění výhradně v muzeích nebo na prohlídkových trasách zámků a šlechtických sídel. Firma Grapo tak ve výrobě navazuje na starobylou tradici. Zachovává veškerou původní technologii výroby terčů, pouze samotný obraz terče již není malován ručně, nýbrž tištěn na stroji Manta. Využití terčů by mělo být podobné jako v minulosti, tedy především ke společenským účelům, nebo jako luxusní dárek. Firma Grapo vyrábí terče kruhové ve velikostech od poloměru 25 cm a obdélníkové nebo čtvercové od 25 cm šířky, potisky jsou katalogové, nebo podle grafiky dodané uživatelem.



Veletrh Viscom v září tradičně v Düsseldorfu

Veletrh Viscom 2007 se uskuteční ve dnech 20. až 22. září 2007 na výstavišti v německém Düsseldorfu (hala č. 8a, 8b). Je zaměřen na trh pro vizuální a komunikační techniku a signmaking, na kterém budou představeny žhavé novinky evropského trhu a zastoupeny veškeré obory vizuální komunikace. V roce 2005 navštívilo veletrh 9023 návštěvníků, vystavovalo 314 vystavovatelů ze 30 zemí. Opětovně se potvrdila úspěšná koncepce Viscomu vynucená různorodostí oborů moderní reklamní techniky. Společný rozvoj oborů signmaking, reprografie, sitotisku, textilního tisku a neonů a jejich generování v nové technologie a trhy si vynutil vývoj digitálních technologií. Veletrh Viscom se nazývá veletrhem novinek a nových uzavřených obchodů, poněvadž podle nezávislých průzkumů se 83 % návštěvníků zajímá o nové produkty, technologie a služby, 78 % hledá nové obchodní partnery a 61 % se chce sejit s dodavateli a navázat kontakty.

Novým oborem veletrhu je Digital Signage, se kterým jsme se dosud na Viscomu nesetkali vůbec nebo jen částečně. Cílem je rostoucí význam tohoto sektoru. Plánuje se Best Practise Award. Tato jmenovaná demonstrační oblast nabízí speciálně klasické reklamní techniky. Právě tak nové bude poprvé na Viscomu Innovation Award v pěti oblastech – digitální tisk/velkoplošný tisk, textilní výšivka, signmaking, světelná reklama a Digital Signage. Tímto novým oceněním bychom chtěli zesílit fokus veletrhu inovacemi v branži.

FTP

■ stavebnictví
■ reklama
■ průmysl
■ DIY

CERTIFIKOVANO
ISO
 9001, 14001
 18001

**Jsmo dodavatelem
plastických hmot**

především pro reklamu,
stavebnictví a průmysl

od 1. července
sleva až
46%

**d design
composite**

www.feronathyszen.cz

(Pokračování ze stránky 2)

lesku u fólií s oběma verzemi tohoto lepidla může být navíc dále zvýšena s pomocí lesklé laminace 3M Scotchcal 8519. Obě verze Comply lepidla spolu s grafickými fóliemi Controltac Plus nabízejí vysoce efektivní řešení pro mnoho aplikací, včetně komerční grafiky, grafiky vozového parku, celopolepů vozidel, vnitřní a venkovní grafiky, značení a nápisů.

Certifikované okenní fólie

Společnost HSW Signall uvádí na trh nové okenní fólie MACTac, které jsou schválené pro aplikaci na dopravní prostředky Ministerstvem dopravy ČR. Jedná se o dva typy fólie – monomerní a polymerickou. Životnost monomerní na dopravních prostředcích je až 1 rok, u polymeru je to o rok déle. Jako laminace se používá ultračirá litá fólie LF 3697. Díky certifikátu Ministerstva dopravy ČR lze s těmito materiály bez omezení vytvářet grafiku pro celopolepy aut. Signmakéři už totiž nemají žádné jiné administrativní povinnosti a schvalování, protože certifikát obdrží od společnosti HSW Signall.

Kdo nahradí Toyotu?

Spolupráce japonské automobilky Toyota a pražského fotbalového klubu Sparta Praha, spočívající v pronájmu názvu stadionu, skončila spolu s minulou ligovou sezonou. Podle našich informací by se příštím partnerem Sparty, využívajícím naming rights na stadionu na Letné, měla stát pojišťovna Axa. Místo Toyota Areny tak fanoušci budou chodit pravděpodobně od příští sezony do Axa Areny.

signmaking, sitotisk, deskové
a digitální materiály, velkoformátové
tiskárny, laminátory, řezací plotry

I'multiexpo

www.multiexpo.eu

Elektronická příloha časopisu Sign. Vychází čtrnáctidenně. Registrován pod ISSN 1801-4984. Kontakt: Sign, Economia, a.s., Dobrovského 25, 170 55 Praha 7; Daniel Köppl, šéfredaktor, tel.: 233 073 150, fax: 233 072 021, <http://www.signmagazine.cz>, signmagazine@economia.cz; Pavlína Jonáčková, inzertní manažer časopisu, tel.: 233 071 630, fax: 233 072 730, pavlina.jonackova@economia.cz. © Všechna práva vyhrazena. Bez předchozího písemného souhlasu vydavatelství Economia, a.s., je zakázána jakákoli další publikace, přetištění nebo distribuce (tištěnou i elektronickou formou) jakéhokoli materiálu nebo části materiálu zveřejněného v tomto PDF servisu. Společnost Economia, a.s. využívá agenturní zpravodajství ČTK, která si vyhrazuje veškerá práva. Publikování nebo šíření obsahu ze zdrojů ČTK je výslovně zakázáno bez předchozího písemného souhlasu ze strany ČTK.

14/2007

<http://www.signmagazine.cz>

strana 3