

Nové velkoplošné Xeroxy vstupují na trh

Společnost Xerox zahájila prodej velkoplošných tiskáren 8265/8290 a 8365/8390. Oba modely jsou k dispozici ve dvou šířkách, 65" (165 cm) a 90" (230 cm).

Série 8200 s rozlišením 360 až 1440 dpi je určena pro nejširší škálu interiérových a exteriérových POP displejů, transparentů, velkoformátových fotografií a podlahové grafiky. Používá eco-solventní inkousty s tříletou trvanlivostí bez laminace.

Modely 8300 tisknou v rozlišení 360 až 720 dpi na nejrůznější levné, nenatírané materiály, jako je adhezivní fólie nebo baner. Mild-solventní inkousty pro tuto řadu odolávají vodě, oděru a UV až tři roky bez ochrany. Obě série používají piezoelektrické inkjetové hlavy typu drop-on-demand s proměnlivou velikostí kapky. Na výběr jsou barevné servery Xerox Wide Format Color Server RIP nebo profesionální verze Pro. Cena v amerických cenících začíná na 29 200, resp. 32 500 dolarů (asi 500 tisíc a 550 tisíc Kč).



Doprovodný program Reklamy

V rámci veletrhu reklamních služeb každoročně probíhá doprovodný program veletrhu, který láká návštěvníky svojí šíří a odbornou kvalitou. I v tomto roce se pořadatelé veletrhu snažili přivést kvalitní doprovodné akce, postavené na tématech a osobnostech z oboru.

Jako každoročně bude vyhlášena osobnost veletrhu, kterou se pro letošek stává Jan Herzmann z firmy Factum Invenio za jeho několikaletý přínos v rámci podpory a formování doprovodných aktivit veletrhu.

Ze zajímavých marketingových témat vybíráme: Marketingový výzkum v praxi (jak postupovat levně a jednoduše, co je nutné si „pohlídat“ při přípravě výzkumu, jak využít výsledky) a Brandig (co nás nejvíce zajímá o značce „od začátku do konce“, jak značku řídit, kdy a kde má branding smysl), nebo výsledky dlouhodobého výzkumu postojů české veřejnosti k reklamě. Společnost Mobilboard pak přinese nové reklamní formáty na dopravních prostředcích, které interaktivně komunikují se spotřebiteli a zefektivňují exteriérové kampaně. POPAI CE představí trendy a vývoj POP komunikace.

K zajímavým bude určitě patřit i 45minutový blok osobních postřehů a komentářů popisujících velmi praktické a často velmi podceňované aspekty ve spolupráci klienta a grafického studia, pod záštitou Unie grafického designu.

Signmakingová témata přinese společnost Spandex, která zve na školení „Zpracování materiálů po tisku“ a „Výroba a aplikace nažehlovacích materiálů“ spojeného s ukázkami úpravy povrchu, svařování, lepení, děrování, výroby závěsných systémů a termotransferů za použití řady produktů a pomůcek značky Image Perfect. Součástí školení bude reálná aplikace od zpracování až po finální výrobek. Tato společnost také každý den (od 10.30 a 14.30 hod.) předvede oboustrannou i jednostrannou laminaci desek za studena na laminátorech SEAL 62 Base a rovněž laminaci za tepla na úplné novince – všestranném laminátoru SEAL 62 Ultra Plus.

Novinkou veletrhu bude také PRINTacademy.cz, která představí ucelené kreativní workflow od vytvoření digitální fotografie po barevně věrný výtisk. Je určen pro již zkušenější fotografy, pracovníky v reklamě. Kompletní program je zveřejněn na www.reklama-fair.cz.



Objednejte si předplatné
časopisu SIGN

www.signmagazine.cz
předplatne@economia.cz

tel. 800 11 00 22

economia
OBSAH ROZHODUJE

6 x 3 zkouší pohyb

Přestavbu vybraných jednostranných panelů formátu 6 x 3 na trojstranné otočné nosiče, tzv. prisma systém, plánuje společnost News Outdoor ČR.

„Poté, co dosáhneme u 6 x 3 relevantní velikosti sítě a především zásahu a výkonnosti kampaní, zhodnotíme si z několika úhlů její efektivitu,“ uvedl k termínu výstavby šéf NO-CR Darek Šmerda.

Podle informací M&M by v lokalitách s registrovanou velkou poptávkou klientů mohlo dojít k přestavbě ještě letos. Formát 6 x 3 spustil NOCR v průběhu roku 2006, v současnosti disponuje cca 240 plochami. Více se dočtete v příloze Venkovní reklama 1, která vyšla v rámci aktuálního čísla M&M.

Germanwings naslouchá ženám

Nedávná reklamní kampaň nízkonákladové letecké společnosti Germanwings vyvolala v Německu protesty žen. Na reklamním plakátě byla zobrazena atraktivní žena v kraťáskách, bok po boku s obchodníkem v obleku. Na kritiku následně reagovala společnost po svém – vizuál obrátila. Od poloviny února je proto na vizuálech žena v obleku, zatímco muž má na sobě těsné kraťasy.

Ovládáme trh signmakingových technologií

UV tisk
ARIZONA více...

SW RIP
ONYX více...

spotřební
MATERIÁLY více...



www.oca.cz

Čtete časopis **SIGN!**

Ukázkový výtisk zdarma si můžete objednat
ZDARMA na internetové adrese

<http://ib.ihned.cz/predpl/a/nazk.php?tit=SI>



Digitální fotorámečky od Sony

Elegantní rámečky DPF-V900, DPF-V700 a DPF-D70 „S-Frame“ neruší a přitom zdůrazní styl jakéhokoli moderního obývacího pokoje nebo kanceláře. Jejich moderní vzhled plně odpovídá nabídce funkcí, s nimiž je prohlížení vaší cenné kolekce fotografií ještě zábavnější.

Model DPF-V900 nabízí velký displej o úhlopříčce 9 palců s rozlišením více než milion obrazových bodů (WVGA) pro fotorealistické zobrazení se skvělým kontrastem, prokreslením a reprodukcí barev. Modely DPF-V700 a DPF-D70 nabízejí displeje o úhlopříčce 7 palců. Každý z těchto rámečků předvede vaše fotografie hned po vložení paměťové karty z fotoaparátu. Jiné rámečky mohou mít s načítáním velkých souborů potíže, ale výkonný obrazový procesor Sony Bionz, zabudovaný v modelech DPF-V900/V700, otevírá i soubory v rádech 100 MB za pouhé sekundy.

Procesor Bionz realizuje i řadu užitečných funkcí automatické retuše, jako jsou korekce jevu červených očí, vyhlazení pokožky, korekce ostření a expozice. Výsledky jsou vždy perfektní, aniž byste museli použít PC nebo software pro úpravy fotografií. Všechny modely jsou vybaveny obrazovým snímačem, který automaticky převrací snímky tak, aby se vždy zobrazily správně – nezávisle na tom, zda rámeček umístíte na výšku nebo na šířku. Z připojeného PC můžete fotografie přenést do zabudované paměti rámečku a nepotřebujete k tomu žádný software. Do rámečků DPF-V900 a DPF-V700 lze také fotografie přenést bezdrátově pomocí volitelného adaptéru bluetooth. Nabízena je i sada DPF-V700BT, což je rámeček DPF-V700 a adaptér bluetooth v jednom balení.

Rámečky obsahují paměť 512 MB, do níž lze uložit až 1000 snímků (model DPF-D70 500 snímků). Velké obrazové soubory jsou automaticky převedeny na formát vhodný k zobrazení v HD rozlišení, což maximalizuje kapacitu fotoalba. Hned po zapnutí začne fotorámeček přehrávat slideshow snímků z vnitřního alba, a to i pokud není vložena paměťová karta z fotoaparátu.

Rámečky DPF-V900 a DPF-V700 mají HDMI výstup, k němuž lze připojit televizor HD Ready a užít si slideshow na velkém panelu – to je ideální možnost, pokud váš fotoaparát není vybaven HD výstupem. Fotografie budou vypadat ještě lépe na televizoru, který podporuje režim PhotoTV HD pro optimalizované zobrazování fotografií. Maximální pohodlí nabízí funkce Bravia Sync, která podporuje ovládání slideshow a dalších základních funkcí fotorámečku dálkovým ovladačem televizoru Bravia. Ovládání je tak prosté, jak jednoduché jsou linie designu rámečku. Nemusíte se potýkat s menu a přepínači – jedním stiskem tlačítka View vyvoláte režim Index nebo Slideshow.



Najděte si materiál

Océ uvádí do provozu novou verzi webového „Průvodce Océ materiály“ – Océ Media Guide 3.0. Tento nástroj vznikl jako pomůcka uživatelům tiskových plotů pro výběr vhodného tiskového média. Právě výběr správného média je klíčový pro rychlý a kvalitní výtisk dokumentu nebo grafiky. To byl i důvod vzniku tohoto Průvodce.

Nový Océ Media Guide 3.0 nabízí aktuální přehled o více než 3500 položkách z Océ sortimentu (papíry, filmy, PVC materiály, textilie, laminace, deskové materiály a další). Tento průvodce kompatibilitou Océ materiálů na základě specifikace vyhledá všechny doporučené materiály vzhledem ke zvolené značce, typu a tiskové technologii vašeho stroje. Výsledkem dotazu je přehled materiálů, které vyhověly dotazu, seskupených podle kategorií.



Bezplatné semináře

- **Tiskové aplikace**
- **Laminace**
- **Zpracování materiálů po tisku**



**počas veletrhu
Reklama Polygraf 2008
18.–20. 3. 2008, Praha
www.spandex.cz/reklama**

Filip do Plzně

Do nákupního centra Plaza Plzeň rozšířila od března svou síť LCD panelů společnost Filip Media (FM). Vysílací program, který bude sestávat ze zpravodajského a informačního servisu a reklamních bloků, vychází ze zkušeností FM ze stejných aktivit v pražském Palladiu.

„Čtrnáct 42palcových obrazovek je umístěno v pasážích komplexu, dvě 50palcové v zóně restaurací a čtyři 60palcové v hlavním atriu,“ vypočítává nabídku šéf FM Aleš Klíč. Klienti si mohou blokovat reklamní čas na celý měsíc – v balíčku garantujícím odvysílání 2, 4 nebo 6 spotů v hodině v průběhu otevírací doby.

Uzávěrka Hvězdy prodloužena

Pro velký zájem přihlašovatelů byla o týden prodloužena uzávěrka přihlášek do soutěže reklamních předmětů a dárků Hvězda 3D reklamy. Práce do 11 základních kategorií a do kategorie Reklamní předmět 3. milénia, která je určena pro dosud nerealizované návrhy, je možné doručit na adresu Asociace 3D reklamy do pátku 7. března.

Armáda hledá lidi

Pro státní policii rozjíždí náborovou kampaň i Armáda ČR. Nové příslušníky ozbrojených sil bude v období od 3. do 31. března hledat na internetu a v tisku.

Cílem kampaně je získat dostatek uchazečů k nástupnímu termínu 1. 7. 2008. Kreativitu kampaně i mediální plánování připravila skupina marketingové podpory Ministerstva obrany in-house.

Vizuály vycházejí z nového designu určeného pro rok 2008. Stejná skupina připravila také lokální outdoorovou kampaň Aktivních záloh ozbrojených sil Armády ČR, jež aktuálně hledá nové zájemce asi na devadesátí CLV vitrínách po celé Praze.

Billboardy u dálnic zmizí za 6 let?

Novelou zákona o pozemních komunikacích hodlá ministerstvo dopravy vyčistit okolí hlavních silničních tahů od venkovní reklamy dosud tolerované v 250metrovém ochranném pásmu podél dálnic. Podle zdrojů deníku Právo je ovšem provozovatelům panelů nutné poskytnout pětiletou lhůtu k jejich odstranění a cca 800 billboardů, proti kterým je opatření namířeno, nezmizí dříve než v roce 2014.

(Pokračování na stránce 3)

PŘEDNÍ MANAŽERSKÝ ČASOPIS

- Strategický management
- Exekutivní management (marketing, HRM, ICT, finance)
- Manažerské dovednosti
- Kariéra

Ukázkové číslo ZDARMA na tel. 233 071 197
nebo na www.ManagerWeb.cz/nove



economia
OBSAH ROZHODUJE

Gandi má laminátory

Firma Gandinnovations představila Cyclone UV Liquid Laminator, vyrobený společností Alliance Technology, jako volitelné příslušenství k tiskárnám Jeti UV True Flatbed. Je schopen laminovat pevná média do tloušťky 5 cm s rychlostí lineárního posuvu 9-33 m/min. Vyrábí se ve dvou modelech, lišících se velikostí – Cyclone UV60 s maximální šířkou 1,6 m a Cyclone UV80 v šířce 2 m. Má speciálně zkonstruovanou UV lampu pro superrychlé sušení různých silných vrstev nánosu (6-18 mikronů), ale s nízkou spotřebou v módu stand-by. Stroj obsahuje dva pětigalonové (18,9 l) kontejnery na laminát, takže uživatel může přepínat mezi lesklým a matným lakem jen zavřením a otevřením ventilu.

Volvo jede do kopce

Netradičním out-of-home motivem se u příležitosti launchu modelu XC70 blýskala značka Volvo. Nakloněný reklamní poutač z komůrkového polykarbonátu umístěný v konstrukci tzv. železničního mostu Intelligence v Praze je doplněn claimem „Dostane se všude“. Na přípravě kampaně spolupracovaly agentura Lastminutemedia (LM) a Railreklam. „V nejbližších dnech bude dokončena další instalace Volvo XC 70 o velikosti 12 metrů v prostoru Barrandovského mostu v Braníku,“ uvedl pro M&M jednatel LM Jan Klápa.



Hewlett-Packard umožní publikovat

Společnost Hewlett-Packard představila svou strategii, která umožní zákazníkům – od domácích uživatelů až po velké korporace – spojit velké množství bohatého mediálního obsahu, které dosud zůstává nevyužito, a zveřejnit ho. Jako součást své prezentace na veletrhu Photo Marketing Association (PMA) společnost HP představila několik maloobchodních fototiskových řešení a služeb, které zákazníkům poskytnou nástroje k personalizaci jejich fotografií a dalších uživatelských výstupů a které obchodníkům přispějí ke špičkové podpoře efektivity. Stejně jako tři hlavní analogové procesy – film, telefonie a TV – i další, například knihy, jsou konvertovány do digitální podoby, čímž se digitální obsah rozrůstá. Podle analytické firmy IDC vzroste mezi lety 2006 a 2010 množství informací přidaných každoročně do „digitálního světa“ více než šestinásobně – ze 161 mld. gigabytů až na 988 mld. gigabytů. Jen v roce 2006 bylo množství vytvořených, zachycených a zkopírovaných informací asi třímilionkrát vyšší než ve všech knihách, které kdy byly napsány.

(Pokračování ze stránky 2)

Podle vlastních údajů inkasuje Ředitelství silnic a dálnic od provozovatelů povolených reklamních nosičů přes 11 milionů korun ročně. Jako určitá odpověď na snahu o omezení reklamy v okolí hlavních tahů se na půdě Česká asociace venkovní reklamy (ČAVR) už delší dobu uvažuje o zadání nezávislé studie o vlivu venkovní reklamy na bezpečnost silničního provozu.

Na ostrovech růst zpomalil

Hrubé příjmy členských společností britské Outdoor Advertising Association (OAA) činily v loňském roce téměř 976 milionů liber, což znamená meziroční růst odvětví ve výši 4,6 %. Přestože jde o zpomalení oproti výsledku za roky 2006/05 (+ 7,2 %), mohl chief executive OAA Alan James oznámit šestý rok nepřetržitého růstu britské venkovní reklamy.

Jedním z hnacích motorů progresu byla i loni digitální média, v kategoriích zadavatelů dominovaly zábava, média a telekomunikace.

Skyview promítá

Novinku s názvem Skyview zařadila do své nabídky out-of-home reklamních nosičů společnost Rears media. Balon se zabudovanou projekční obrazovkou a data projektorem kombinuje televizní spoty na obrazovce s reklamním potiskem na povrchu nosiče. Balony o průměrech 3,5 a 4,5 metru je možné využít v interiérech i exteriérech. Rears mediasi za jeden den pronájmu při plnění vzduchem účtuje cca 20 tisíc korun.

Burnetti opět zhasnou světla

Chicagská pobočka Leo Burnett připravila kampaň na podporu projektu ekologické organizace World Wildlife Fund (Světový fond na ochranu přírody) s názvem Earth Hour 2008 (Hodina pro Zemi). Cílem kampaně je přesvědčit obyvatele města, aby 29. března mezi osmou a devátou hodinou večerní vypnuli všechno zbytečné osvětlení.

Na propagaci události bylo již darováno přes jeden milion dolarů. K Chicagu se mají přidat i jiná světová velkoměsta jako Kodaň nebo Bangkok. Leo Burnett podobnou akci organizoval již loni v australském Sydney. Předpokládá se podle výsledků z loňské akce, že se zapojí přes 30 milionů lidí.



MULTI/expo
spol. s r.o.
dceřiná společnost **OSPAP**

Výstaviště Praha Holešovice ve dnech 18. března - 20. března 2008
stánek č. 134 v levém křídle PRŮMYSLOVÉHO PALÁCE - SIGNMAKING
www.multiexpo.eu, info@multiexpo.cz

Reklama
POLYGRAF

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 vyhradzuje veškerá práva. Publikování nebo šíření obsahu ze zdrojů ČTK je výslovně zakázáno bez předchozího písemného souhlasu ze strany ČTK.