

Océ jde s DuPontem

Novinkou v nabídce Océ pro grafický průmysl je pro toto období staronový materiál DuPont Tyvek. Ten má unikátní vlastnosti, které vyniknou ve spojení s grafikou, ale i bez ní. Na první pohled upoutá struktura materiálu – designovost. Chaotické shluky vláken vytvářejí náhodné obrazy a spolu s poloprůsvitnou strukturou nabízí skutečně velmi zajímavý pohled. Díky této vlastnosti se hodí především na backlity, tvorbu paravanů, použití při výrobě stínítek pro stolní a jiné lampy.

Další výhodou Tyveku je jeho pevnost a odolnost. Tím je myšlena pevnost v tahu, odolnost proti roztržení a vůči povětrnostním vlivům. Pevnost a odolnost proti roztržení je dána tím, jak je materiál vyroben. Díky chaotickým shlukům vláken (zde skutečně neexistuje žádná X,Y struktura) je materiál schopen odolat i tomu největšímu namáhání. Toto všechno z Tyveku činí materiál vhodný na aplikace vyžadující pevnost a lehkost. Například banner je další ideální aplikací pro Tyvek. Jednoduchým porovnáním váhy Tyveku a PVC banneru (jako standardního materiálu pro výrobu banneru) zjistíme, že rozdíl činí až 300 g/m² ve prospěch Tyveku. Tyvek najde své uplatnění hlavně v interiérech při použití na lehké a efektní bannery a na další designové aplikace, kde bude požadavek na odlišení se od standardů této doby, která je postavena na PVC materiálech. Z tohoto pohledu má Tyvek velké ambice, které jsou podloženy výše uvedenými fakty. Tyvek je k dostání v několika variantách. Jednou variantou je materiál bez povrchové úpravy vhodný pro potisk UV vytvrzovatelnými inkousty, dále pak s úpravou pro plotry používající ředitelové inkousty (solvent) a nakonec stále ještě vodou ředitelné inkousty.



Solventy od Océ

Océ představilo hned několik novinek v segmentu digitálního tisku. První z nich je 137 cm široká tiskárna Océ CS9050, zacílená na korporátní zákazníky a ty, kteří chtějí začít s outdoorovou grafikou. Océ CS9050 přináší svým uživatelům standard používání tiskových plotrů známý od dob HP DesignJet 5500. Tento základní model používá ekosolventní inkousty Eco-solvent Ultra dodávané v kazetách s obsahem 220 ml, které mají vynikající barevnost a velmi dobře reagují s téměř libovolným tiskovým materiálem. Největší rychlost je 14 m²/hod.

O něco rychlejší Océ CS9160 (18,3 m²/h při 720 x 720 dpi) je univerzální indoor i outdoor tiskárna používající také Eco-solvent Ultra inkousty a má šířku tisku 160 cm. Océ CS9160 konstrukčně vychází z modelu Océ CS9060, ale proti svému předchůdci má dvojnásobnou kapacitu inkoustových patron o obsahu 440 ml, což výrazně snižuje náklady na výrobu 1 m² tisku a dále zvyšuje produktivitu celého systému.

Série Océ CS9200 je zcela nová řada tiskových plotrů pro produkční prostředí. Tento tiskový systém je založený na nových barvách s označením High Speed Low-solvent, které vynikají barevným gamutem, dobře schnou a skvěle odolávají světlu, poškrábání, rozmazání a popraskání. Při použití standardních materiálů, jako jsou samolepící PVC, je venkovní životnost více jak tři roky. Tiskárny CS9200 jsou projektované pro produkční tisk na PVC materiály, jako jsou samolepky, bannery nebo papírové postery.



Objednejte si předplatné
časopisu SIGN

www.signmagazine.cz

předplatne@economia.cz

tel. 800 11 00 22

economia
OBSAH ROZHODUJE

MacTac na zed'

Společnost Mactac uvedla dva nové materiály pro venkovní i vnitřní reklamu. Wall-Wrap 100 je 55 µ bílá lesklá, vysoce tvarovatelná tisková fólie s permanentním šedivým akrylickým lepidlem, určená pro venkovní přímou aplikaci (lepení) na cihlové zdi bez nutnosti jakéhokoliv dalšího způsobu upevnění a vytvářející zajímavý vizuální efekt.

WallWrap 200 je 150 µ bílá matná, tisková fólie s čirým odstranitelným lepidlem, určená pro krátkodobé (šest měsíců) aplikace na interiérové zdi s možností vícenásobné aplikace a přemístění, aniž zanechá stopy po lepidle. Je ideální pro domácí dekorace i pro grafiku určenou do komerčních prostor.

Sony mění in-store

Na podporu produktové řady digitálních zrcadlovek (DSLR) Alpha otevřela minulý týden Sony ve třech vybraných fotocentrech designovanou prodejní místa Sony Alpha Point. Speciálně školený personál zde nabídne kompletní sortiment fotoaparátů a příslušenství, proběhnou i promoakce. Volně vystavené fotoaparáty bude snadné si vyzkoušet. Firma

(Pokračování na stránce 2)



Potiskujete dopravní prostředky?

Získejte produkční tiskárnu HP Designjet 9000s s tiskovými náklady jen 60 Kč/m² za cenu 599 900 Kč. Nabídka platí do konce července.

Více informací o tiskárně na: <http://www.hsw.cz/katalog.php?id=698773>



H·S·W
Signal

Filip Media: Letňany i Budějovice

Komunikační agentura Filip Media nainstalovala plazmové a LCD obrazovky v dalších dvou atraktivních lokalitách a zahajuje jejich provoz. Počínaje 7. červencem bude její digitální vysílání, šířené už předtím v obchodních komplexech Palladium, Metropole Zlín a Plzeň Plaza a v novém vodním ráji Aquapalace Praha, provázet i návštěvníky pražského Obchodního centra Letňany a českobudějovického Mercury centra. „V Letňanech máme samé plazmy. V centrálním Fontána food courtu jsme rozmístili patnáct padesátipalcových monitorů, tedy s úhlopříčkou 127 cm, a připojili jsme k síti i dva původní, v části u vchodu do hypermarketu Tesco, s úhlopříčkou 152 cm. Takže celkem jich tu provozujeme sedmnáct. V Budějovicích bude síť obsahovat 27 elcédéček. Většina má úhlopříčku 127 cm, tři jsou opět větší, s úhlopříčkou 152 cm,“ upřesňuje generální ředitel společnosti Filip Media Aleš Klíč.

Obchodní a zábavní multikomplexy skrývají velký potenciál pro efektivní kampaně zacílené na koncové zákazníky. Agentura proto vynakládá značné úsilí na přizpůsobování obsahu vysílání tak, aby co nejvíce vyhovovalo prostředí center a přitahovalo pozornost návštěvníků. Základem je infotainment kombinující aktuální zpravodajství, užitečné tipy (kam za kulturou) a zábavná sdělení (horoskopy). V moderním dopravně-obchodním centru Mercury, což je unikátně řešený komplex s obchodním centrem v nadzemních patrech a autobusovým nádražím na střeše, se budou navíc vysílat informace společnosti ČSAD Jihotrans o pravidelných autobusových spojích, jejich případných změnách a mimořádných situacích v hromadné dopravě. Pro zadavatele reklamy znamená pravidelné střídání tohoto infoservisu s reklamními bloky záruku, že jejich spot bude sledován. Novinkou je, že obrazovky v Českých Budějovicích i v Letňanech budou ozvučené, a tedy ještě nápadnější.



Unibon uspěl ve Francii

Projekt podlahového stojanu Mentos, realizovaný společností UNiBON, vyhrál na prestižní celoevropské soutěži POPAI European Awards 2008 v kategorii „Food – Permanent“. Jedná se o mimořádný úspěch českého POP designu.

Podlahový stojan Mentos je pilotním projektem, který byl připraven pro prémiovou značku společnosti Perfetti Van Melle Czech Republic. Cílem projektu bylo vytvořit atraktivní POP podlahový stojan primárně pro síť čerpacích stanic.

Projekt ukázal, že na trhu může uspět vtipná forma in-store komunikace, která nabídne produkt zákazníkům netradiční a zábavnou formou. To je výzva i pro další zadavatele, kteří používají konvenční POP prostředky. Společnost UNiBON je připravena přijímat výzvy a realizovat atraktivní a funkční řešení pro stávající i nové klienty.



Čtěte časopis SIGN!

Ukázkový výtisk **ZDARMA** si můžete objednat na internetové adrese

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



Stavebnictví
VisCom
Průmysl
DIY

www.feronathysen.cz

(Pokračování ze stránky 1)

reaguje na posun segmentu DSLR od profesionální směrem k rodinné fotografii.

Do konce roku firma Sony otevře v České republice celkem 34 Alpha Pointů. Pro tento rok zdvojnásobila globální investice do reklamy.

Honda má image kampaň s citáty otce zakladatele Soichra Hondy

Honda podporuje novou image kampaní svůj model Accord ze segmentu střední třídy. Tématem kampaně z dílny agentury Lead jsou citáty zakladatele značky Honda – Soichira Hondy, fotografie ukazují Hondu v městském prostředí.

Komunikační mix se skládá z inzercí, internetové kampaně, POS materiálů u prodejců. Výrazná bude prezentace na outdoorových plochách, zejména megaboardech a plachtách na domech. Nová verze Honda Accord a Accord Tourer má sportovnější design a užívá nové technologie.

Ministerstvo dopravy vybralo Euro RSCG

Podle informací M&M se vítězem tendru na dlouhodobý komunikační koncept ministerstva dopravy, jež má pomoci snížit počet osob při dopravních nehodách, stala reklamní agentura Euro RSCG. Ministerstvo informací prozatím odmítlo potvrdit s tím, že v současnosti běží zákonná odvolací lhůta, ve které mohou ostatní zájemci výsledek výběrového řízení napadnout.

Komise ministerstva kromě návrhu vítězné agentury posuzovala ještě návrh z Young & Rubicam a společný koncept agentur Vizeum a Work in Progress. Komunikační kampaň, jejíž rozpočet činí 150 milionů korun, poběží v letech 2008 až 2010 hlavně na televizních obrazovkách.