

Novinka na Reklamě: Soutěž v polepech aut

Pořadatel veletrhu Reklama, Polygraf představuje novinku veletrhu, kterou několik měsíců připravoval s odborníky z oblasti signmakingu - soutěž v polepech automobilů, vůbec první podobného rozsahu, která se uskuteční v České republice. Dnes již můžeme odhalit první informace. Hlavními partnery soutěže se na historicky prvním ročníku soutěže roku stávají společnosti Geodis Brno, HSW Signall, Multiexpo a Spandex. Výjimečná událost vyžadovala dostatečně dlouhý čas na přípravu podmínek účasti a detailů soutěže. Soutěž si dává za cíl představit veřejnosti praktické ukázky v polepu aut, kvalitu použitých materiálů, jejich funkčnost a odolnost.

Soutěž je určena pro všechny návštěvníky veletrhu Reklama, Polygraf, je atraktivní a přinese trochu adrenalinu do činnosti, která je vysoce specializovaná. Záměrem soutěže je zatraktivnit tuto činnost pro širší odbornou veřejnost, ukázat její profesionalitu a obtížnost, vyzvednout zručnost jednotlivých odborných zaměstnanců pracujících v této oblasti a ukázat na možnosti a kvalitu materiálů. Hlavním partnerem je tradičně časopis Sign, který o podrobnostech soutěže bude informovat v připravovaném tištěném vydání.



Co představí Fujifilm?

Vzhledem k tomu, že Océ v těchto dnech představuje novou generaci flatbed UV tiskárny Arizona, dá se předpokládat, že podobného stroje se dočkáme i ze strany Fujifilmu. Jak známo, jeho řada Acuity přímo vychází z OEM spolupráce s nizozemskou značkou. Fujifilm Acuity Advance modely se v některých věcech liší. Používají originální UV inkousty od Sericolu, které se staly součástí akvizice společnosti Fujifilmem před několika lety. Tento inkoust bude také k dispozici pro pevné a nově i flexibilní druhy materiálů včetně médií, která mají horší adhezi, jako například sklo, plech a keramika. Velmi významný rozdíl najdete taky v dodávaném RIPu pro všechny modely Acuity a to Colorgate, který spadá do dlouhodobé koncepce Fujifilmu v oblasti správy colour-managementu.

Stejně jako u nové Arizony 550GT (více informací na jiném místě tohoto zpravodaje) se dá předpokládat, že Acuity nabídne zvýšenou rychlost tisku (troufáme si odhadnout, že stejných 67 m², v nejvyšší kvalitě pak 40 m²), vyzkoušenou technologii variabilní velikosti kapky a maximální rozlišení 1440 dpi. Fujifilm také pravděpodobně nabídne možnost tisku bílou barvou, a to jak pro podtisk i přetisk. Tisk na nejrůznější desková média je samozřejmostí. Tiskárna je tak stejně jako předchůdce cílena kromě výrobců reklamy i na "analogové" tiskaře, tedy provozovatele sítotisku a ofsetu.

Předpokládáme, že oficiální informace přinese Fujifilm už tento týden a vy se s nimi budete moci setkat v sekci Výroba reklamy na našem webu MaM.cz.

Gravo Tech na cestách

Společnost Gravo Tech z Benátek nad Jizerou, dodávající stroje značek Gravograph a Technifor pro značení v reklamě a průmyslu navazuje na úspěšný způsob své prezentace z loňského roku, kdy vyrazila napříč Českou a Slovenskou republikou v předváděcích automobilech naplněných technologiemi pro značení – mikroúderovými a rýcími stroji, CO₂ a vláknovými lasery a CNC mechanickými gravírkami.

Netradiční způsob prezentace vzbudil nad očekávání kladný ohlas a to zejména u firem s větším počtem pracovníků. Snadno byl tedy vyřešen často největší problém - seskupit velký počet zaměstnanců (od technologů, konstruktérů až po ředitele) na jedno místo. Není proto žádným překvapením, že se společnost prezentuje pomocí předváděcích automobilů také v roce letošním. Ve dnech 22. února až 12. března proběhnou další cesty s cílem informovat zákazníky o novinkách na trhu a vyřešit jejich požadavky na značení.



Předplat'te si SIGN

www.economia.cz/predplatne

economia
OBSAH ROZHODUJE

Tištěný katalog Jansen

Výrobce rámečků a dalších produktů pro podporu prodeje Jansen Display vydala katalog svých produktů. Poprvé vychází ve formátu A4 a rozsahu 204 stran v šesti jazycích. Firma také více než dvojnásobně rozšířila svůj sortiment.

Alza polepila tramvaj

Společnost Alza.cz připravila ve spolupráci s agenturou By the Way venkovní kampaň na podporu svých produktů pomocí polepu pražské tramvaje. Kampaň začíná v únoru a potrvá celý rok.

IT vychytávky na pankráci

XL Media si pro své klienty ke svému digitálnímu billboardu na Pankráci připravila jako novinku bluecasting (sms marketing) a wi-fi marketing (v okruhu 400 m od reklamní plochy je možné se připojit zdarma na internet).

Alphaset v novém

Pražská pobočka společnosti Alphaset změnila adresu. Nyní se nachází v ulici U trati 970/38 v Praze 10 - Strašnicích. Mailový kontakt zůstal nezměněn, telefony jsou 271 751 115 (i fax) a 271 750 445.

Outdoor zasažen víc než indoor

Podle výzkumu agentury IMS se důsledky finanční krize v oblasti digital signage projevují více u venkovních LED obrazovek nežli u digitálních ploch v indooru.

Výzkum uvádí, že trh digitálních technologií nadále poroste, ačkoli pomaleji než před recesí. Nejméně se krize dotkla indoorových ploch v lékařském a vzdělávacím prostředí. V následujících třech letech by měly být nejprodává-

(Pokračování na stránce 2)

Latex u Cat Cutu

Společnost Cat Cut z Brna instalovala latexovou technologii velkoformátového tisku HP L65500 používající ekologické latexové inkousty. Díky tomu nabízí výrazné zkrácení termínů a vysoké rozlišení (1200 dpi) až do šíře 260 cm. Využití latexového tisku je nepřeberné. Stroj umí umělecké textilní dekorace pro divadla, výstavy, sály, galerie; dekorace do interiérů jako jsou podhledy, textilní tapety; dále tisk plakátů, fotografií, dekorativních samolepek, one-vision fólie nebo wall-wrapy (samolepky na zdi a omítky).

Umožňuje tedy výrobu všech produktů a reklamních nosičů, které znáte u jiných tiskových technologiích s tím rozdílem, že tisky jsou ekologické, bez zápachu a ve fotorealistické kvalitě. V případě potisku textilií budí teplejší dojem, a tak zjemňuje interiér. Spojením textilních materiálů s latexovou technologií získáte kompletně recyklovatelné a v přírodě 100% odbouratelné tiskové řešení.

Nový profil od Prima Blansko

Pro náročnější zákazníky firma Prima Blansko připravila nový hliníkový profil. Jedná se o profil pro stavby totemů, minitotemů a směrových tabulí s názvem Typ – Horizont.

S Typem B lze totemy projektovat až do výšky 4,3 m a šířky 1,3 m nebo lze tento profil použít také k výrobě minitotemů Typ L nebo ukazatelů. Je na designérovi, kterou variantu zvolí pro daný účel. Tento profil bude k dispozici již v březnu 2010.



Igepa rozšiřuje nabídku eco-green médií

V nabídce Igepy se pevně usazují tzv. eco-green média. Po úspěšném uvedení fólií bez PVC od společnosti 3M, včetně laminace lesk/matt je Igepa schopna nyní nabídnout další novinku těchto ekologických materiálů, a to od firmy Orafol - fólii Orajet 3174 Eco a od firmy Ritrama Green Print Media.

Produktová škála se v této oblasti rozšířila o transparentní tisková média a specifikací jak pro solventní a UV inkoustové tiskárny, tak nově certifikované pro latexové inkousty. Všechny materiály jsou vyrobeny na bázi polyolefinu a jsou dostupné ve standardní tiskové šíři 137cm.

Océ Arizona rychleji

Společnost Océ oznámila uvedení nové UV tiskárny s označením Océ Arizona 550 GT. Jedná se o produkční tiskárnu s největším výkonem (až 67m²/hod v express módu) z celé řady tiskáren Arizona. Je schopna tisknout POP aplikace rychlostí 40m²/hod. Océ Arizona 550 GT je další generací z řady oceňovaných Arizon.



Používá UV vytvrzovatelné inkousty a technologii Océ VariaDot, čímž dosahuje téměř fotografických tisků na libovolné materiály. Jako skutečná stolová tiskárna (flatbed) umožňuje tisknout na nepřeberné množství deskových materiálů s rozměry 1,25x2,5m a dohromady s jednotkou tisku na rollové materiály (volitelné příslušenství) může potiskovat role do šíře až 220cm.

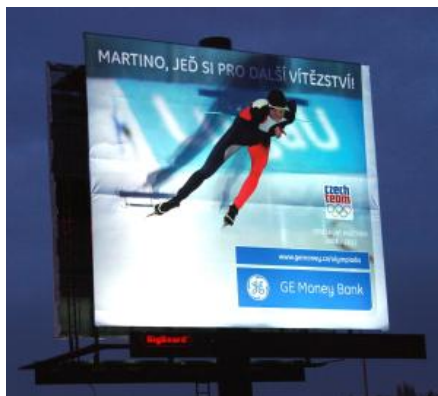
Nenahraditelným doplňkem je možnost tisku bílou barvou ve speciálních režimech (podkladová, přetisková, přímá barva). Celý systém Océ Arizona 550 GT minimalizuje riziko přechodu z anologové na digitální tiskovou technologii nabídnutím vysoké kvality tisku v produkční rychlosti - již zmiňovaný Express tiskový mód nabízí rychlost až 67m²/hod, což je téměř třikrát rychleji, než to zvládla předchozí generace tiskáren Océ Arizona 350 GT.

Sáblíková s elektromotorem

Společnost BigMedia, zajistila v únoru vícero kampaní, u nichž pro zvýraznění efektu použila elektromotor.

Ve spolupráci s agenturou MEC vytvořila kampaň pro klienta Nescafé, která využívá motivu otáčející se gramofonové desky poháněné elektromotorem a 3D modelu gramofonové přenosky. Průměr otáčející se gramofonové desky je 2 metry.

Realizace je k vidění ve městech Praha, Brno, Plzeň a Ostrava. Spolu s agenturou Starcom zároveň BigMedia připravila pro GE Money Bank, partnera českého olympijského týmu, pohyblivou postavu Martiny Sáblíkové v nadživotní velikosti a umístila ji na double-bigboardu u Barrandovského mostu v Praze. Také zde je bruslicí postava je poháněna elektromotorem. Výška bruslicí postavy dosahuje 6,4 metru.



(Pokračování ze stránky 1)

nější LCD displeje. Největší podíl příjmů u venkovních médií zajišťují plochy na stadionech a v ulicích, u indoorů jsou to prodejny, plochy v dopravě a v zařízeních pro volný čas.

Čína plánuje další obří LED

Společnost China New Media plánuje během letošního roku postavit další tři obří LED obrazovky. LED plochy, které mají dosahovat kolem 400 m², mají být postaveny poblíž měst Dalian, Shenyang a Tianjin. Firma tak potvrzuje trend, že se venkovní plochy postupně instalují spíše v regionálních centrech nežli ve velkých městech.

Na konci roku by společnost měla mít v portfoliu celkem šest LED ploch, z nichž očekává roční příjmy z reklam ve výši 4,4 mil. dolarů. Společnost provozuje také venkovní plochy na zastávkách MHD či v metru. Mezi časté inzerenty firmy patří China Mobile, China Unicom, Coca-Cola, Ikea, PepsiCo či UPS.

Screenet pro Škoda Auto

Škoda Auto, generální partner české hokejové reprezentace na ZOH ve Vancouveru, spouští ve spolupráci s firmou Screenet projekt, kdy bude v síti šesti velkoplošných LED obrazovek v pravidelných časech umístován sestřih gólových situací ze zápasů turnaje. Značka Škoda Auto se tak na obrazovce objeví na dresech, přilbách, mantinelech i ledové ploše. Videosekvence budou animované ve 3Dplayeru od firmy Design Bros.

Megasítovina na Ruzyni

Firma Grapo tiskla síťovinu 100x8 m pro firmu Sky-Walker, které ji následně instalovala na letiště v Praze Ruzyni. Síťovina byla ze 33 dílů o šířce 303 cm, použilo se 800 ok, tisklo se 33 hodin a zpracování trvalo 65 hodin.

„Síťovinu jsme přemotávali ve sportovní hale UP Olomouc,“ říká Barbora Králíková, jednatelka Grapa.

Perspex Duo v nabídce Axomu

Axom Kladno jako autorizovaný distributor firmy Lucite pro ČR představí na veletrhu Reklama 2010 novinku – akrylátové desky Perspex Duo. Perspex Duo rozšiřuje stávající nabídku o materiál určený především pro oblast gravírování.

Desky s černým jádrem mají na povrchu metalickou vrstvu ve zlatém nebo stříbrném provedení. Díky minimální velmi tenké vrstvě lze použít při gravírování mělký řez a dosáhnout tak ostřejší linie oproti klasickým gravírovacím materiálům. Desky jsou ve standardní nabídce firmy Axom v rozměru 2030x1270x3 mm.

V Axomu si můžete vyžádat rovněž bližší informace. Maloobchodní zastoupení s prodejem rozměrů na míru zajišťuje firma Rytecké materiály Praha.

Neschen certifikován pro latexovou technologii HP

Koncern Neschen, do nějž patří i společnost HSW Signall, získal od HP certifikaci pro některé ze svých tiskových médií pro použití v latexových tiskárnách HP Designjet L65500 a HP designjet L25500. Prvním médiem je bílá samolepicí fólie Neschen Solvoprint, dostupná v tloušťkách 80 a 100 mikronů s lesklým i matným povrchem. Materiál je zařazen do třídy nehořlavosti skupiny M1. Velký potenciál latexových tisků pro interiérové grafické i designové aplikace dokazuje i skupina certifikovaných tapet. Označení Neschen Solvoprint Wallpaper nesou papírové tapety s gramáží 295 g/m² a PVC coatingem. K dispozici jsou v pěti povrchových variantách a jsou zařazeny do třídy nehořlavosti B1. Základ tapet Neschen Solvoprint NW tvoří netkaná textilie. Skupinu tapet vyráběnou ve čtyřech texturách charakterizuje gramáž 475 g/m² a jsou rovněž zařazeny do třídy B1. Populární non-PVC tapety Neschen Erfurt jsou s gramáží na úrovni 200 g/m² a k dispozici ve čtyřech texturách.

LED zářivka od Snaggi

Snaggi, dodavatel LED modulů a osvětlení, připravuje nový produkt na poli osvětlovacích těles s výkonovými SMD (Surface Mounted Diodes - diody montované na povrchu čipu) uvnitř neprodyšně uzavřeného obalu, vyrobeného ze slitiny hliníku.

Kombinace optiky a vyzářovacích charakteristik LED přináší vysoce výkonné svítidlo, určeného zejména pro osvětlení reklamních ploch a architektonické účely. Nocí osvětlovací těleso bude dostupné v bílé barvě o teplotě 5600K. Světelný výkon připravované verze (délka 150cm) bude 4560 lm/45W a vyzářovací úhel 160°.



Bitcon zařadil (nejen) deskové materiály

V únoru zařadil Bitcon do své nabídky deskové materiály s důrazem na poměr cena/kvalita. V základní nabídce se například objevily běžně používané materiály jako je pěněné PVC (Forex, Trovitex), sendvičové desky (Dibond, Kapa), plexiskla nebo dutinkové desky. „Zavedením deskových materiálů jsme zkompletovali nabídku pro výrobu reklamy, a tím jsme vyšli vstříc požadavkům mnoha zákazníků, říká Iveta Německá, ředitelka Bitconu. Desky bude podle jejich slov možné formátovat na jakýkoliv požadovaný rozměr a budou distribuovány pravidelným rozvozem zdarma. Desky a ostatní sortiment bude prezentován prostřednictvím obchodních zástupců firmy v terénu nebo v sídle Bitconu.

Dále Bitcon rozšiřuje nabídku o nové typy tiskových materiálů pro tiskárny používající ekosolventní, mildsolventní a solventní inkousty a o nové typy laminačních fólií. Postupně od února 2010 bude do standardní nabídky zařazena monomericá PVC fólie Mactac JT-5122 s šedivým permanentním nebo odstranitelným emulzním lepidlem, dále matný plakátovací a billboardový papír „City“ Simboli SIP-2151 a SIP-2251 a matný plakátovací papír „High Speed“ Simboli SIP-2155. Pro laminaci firma uvede saténovou polymerickou PVC fólii Mactac se strukturou broušeného kovu, kůže, jemné a hrubé dřevěné kresby.

JCDcaux zavádí nabídku jednotlivých ploch

Společnost JCDcaux mění systém prodeje CLV ploch městského mobiliáře. Ačkoli dosud byly plochy prodávány výhradně po sítích (o 365, 482, 270 nebo 182 kusech), budou si nyní moci klienti zakoupit i pouze konkrétní plochu. „Nákup jednotlivých ploch je zaveden pro klienty, kteří působí v jasně vymezených lokalitách a celoplošná kampaň je pro ně neefektivní,“ zdůvodnil marketingový ředitel Jan Kábrt. Cena dané plochy je rozdělena do tří kategorií podle jejího umístění. Minimální doba pronájmu je 4 týdny, počet pronajatých nosičů není omezen. Nabídka se týká klasických CLV, nikoli scrollů. Ceník firma finalizuje.

Recese od Telefóniky O2: branding toalet

Záchodová kabinka, která vypadá jako hokejová střídačka, vznikla v pražské O2 Aréně jako upoutávka na soutěž Telefóniky O2 „Místo na střídačce“. Příprava projektu trvala několik týdnů, samotná realizace na místě pak sedm hodin. „Střídačková“ kabinka totiž musela být kompletně rozebrána, polepena a znovu smontována. „V soutěži Místo na střídačce mohlo vyhrát jen čtrnáct lidí, tedy po jednom fanouškovi v každém klubu. V O2 areně si může pohled ze střídačky vychutnat každý, komu se chce,“ říká Tomáš Dufek, manažer pro sponzoring a interaktivní partnerství společnosti Telefónica O2. Tipovací soutěž skončila koncem ledna.

Polepy aut s pivem protizákonné?

Policie v Polsku se zabývá kuriózním problémem. Zkoumá, zda pivovary neporušují pravidla pro reklamu na alkohol tím, že jejich auta rozvážející zlatavý mok na sobě mají loga a názvy jednotlivých značek. Za vším zřejmě stojí horlivý bojovník proti alkoholu.

Jistý zaměstnanec pivovaru v Okocimi, který je součástí skupiny Carlsberg, v internetovém vydání listu Gazeta Wyborcza řekl, že jeho kolegové dostali v posledních týdnech několik výzev od policie, aby přijeli s podnikovými auty. Policisté mají za úkol je vyfotografovat.

„Byli jsme informováni o možném spáchání trestného činu, zahájili jsme proto vyšetřování této záležitosti,“ řekla mluvčí prokuratury v Tarnově na jihovýchodě Polska Božena Owsiaková. Podle člověka, který se na prokuraturu obrátil, má pivovar Okocim na svých autech reklamu na pivo, aniž by upozornil na škodlivost jeho pití. Reklama na pivo v Polsku musí obsahovat varování, že jeho konzumace ohrožuje zdraví. Za nedodržení tohoto pravidla hrozí pokuta od 10.000 do 500.000 zlotých (zhruba od 65.000 do 3,3 milionu Kč).

Loga a názvy jednotlivých značek na pivovarských autech podle neoficiálních informací vadí jistému muži, který se nejrůznějšími způsoby snaží bojovat proti jakékoliv formě reklamy na alkohol. Pobuřují ho i vývěsní štíty pivovarů na hostincích nebo slunečníky s názvem značky piva, které v létě chrání před sluncem hosty zahrádek hospůdek a kaváren.

„Od kolegů z pivovarnické branže vím, že se to netýká jenom našeho koncernu,“ řekla deníku mluvčí společnosti Carlsberg Polsko Melania Popielová. „Máme zpracované právní analýzy, které mluví v náš prospěch - doufám, že vyšetřování skončí,“ dodala.

Krakovský radní za konzervativní stranu Právo a spravedlnost Jan Franczyk tvrdí, že auta rozvážející zlatavý mok opatřená logem pivovaru rozhodně reklamou na pivo jsou. „Televize přeci směřuje reklamu na pivo vysílat teprve večer, ale auta jsou na ulici celý den,“ podotkl Franczyk, který působí v organizaci pomáhající lidem závislým na alkoholu.

Předplatitelé časopisu SIGN mají přístup do všech čísel v on-line archivu časopisu zdarma.

Stačí se přihlásit na internetové adrese <http://predplatitel.ihned.cz>

economia
OBSAH ROZHODUJE