NEWSLETTER
Signmaking • Polografie • POP/POS

reklama polygraf

noviny pre grafický priemysel

Brands & Stories

02 / 2015 www.reklama-fair.cz

Toto číslo Newsletteru sa v porovnaní s tým januárovým rodilo podstatne ľahšie. Možno aj preto mám silu vrátiť sa k tomu minulému. Tak ako je január „rozbehový“ mesiac v obchode, je ťažko získať aj nejaké informácie. Finalizácia textov a najmä zalomenie čísla však bolo priam bojom s časom o prežitie. Siahli sme na dno svojich psychických síl, ale dielo sme dokončili. Najťažšie víťazstvo je poraziť sám seba, po tejto stránke sme teda získali dobrý pocit. Po noci naplnenej plnohodnotným spánkom sa nám dielo zdalo ešte lepšie a boli sme na seba hrdí. Veľkým zadosťučinením boli pochvaly od čitateľov. Hovorí sa, že človek sa musí pochváliť sám, lebo inak ho nepochváli nik. My sme mali to šťastie, že sa našli čitatelia, čo sa podelili o radosť z informácií, ktoré našli vo svoje e-mailovej schránke. Je to veľká motivácia. Preto ak máte chuť, napíšte nám spätnú väzbu na našu prácu. Ak sa vám niečo nepáči, neváhajte napísať, lebo aj vtedy vieme, že náš Newsletter čítate a že sa na ňom dá zasa niečo vylepšiť.

František Kavecký

MBIS3 a ekonomické solventné inky BS3 – pre zariadenia MIMAKI JV150/300 a CJV 150/300

Spoločnosť MIMAKI oznámila uvedenie dvoch nových významných produktov: ekonomické solventné inky BS3 pre... Celý článek *zde*

NAŽEHLOVACÍ FÓLIE TEXIS

V únoru a březnu můžete ve společnosti COMIMPEX PRINT nakoupit zažehlovací fólie TEXIS za zvýhodněných... Celý článek *zde*

COMIMPEX® PRINT

Nová monomerická laminace tisků z UV tiskáren od společnosti Antalis

Vysoce kvalitní monomerická laminovací fólie určená zejména pro ochranu tisků z UV tiskáren. Má sílu 70 mic, je odolná UV záření, díky silnější vrstvě lepidla má... Celý článek *zde*

antalis TM

Avery MPI 3026 – fólie na zdi a apolární povrchy

Společnost Paperlinx zařadila do svého portfolia nový materiál. Monomerickou samolepicí fólii pro digitální tisk Avery MPI 3026. Fólie je určena pro polep lehce... Celý článek *zde*

Vážení čtenáři,
elektronický **NEWSLETTER** je tu pro Vás, kdo má zájem o uveřejnění firemní, produktové nebo jiné zprávy, neváhejte nás kontaktovat na:
sobota@abf.cz

Další příslušenství pro rolovou AGFU

Výrobce velkoformátových tiskáren AGFA již na loňské Fespě představila rolovou tiskárnu Anapurna M3200i RTR... Celý článek *zde*

Workshop – nové materiály pro interiérový design

Dne 12. února 2015 proběhl v prostorách firmy Bitcon workshop na téma materiály pro interiérový design, kterým jsme... Celý článek *zde*

Praha má nový Kongresový sál

Multifunkční areál PVA EXPO PRAHA bude v prvních jarních dnech hostit největší jarní soubor veletrhů o bydlení. U této... Celý článek *zde*

ROZHOVOR NA TÉMA:

Czech made velkoplošné UV tiskárny Effetec

Olomouc se stala městem s tradicí výroby velkoplošných UV tiskáren. Nejmladší firmou, která se v České republice věnuje výrobě velkoplošných tiskáren, je společnost Effetec, s.r.o. Abychom se dozvěděli víc, požádali jsme o rozhovor jednatele společnosti Michala Frantíka.

Výroba tiskáren v Olomouci má svou tradici. Nejdříve Grapo, pak SigmaJet a teď Effetec. Určitě můžeme najít kontinuitu mezi těmito firmami v životopisech některých zaměstnanců. Je mezi těmito firmami i jiná kontinuita?

Samozřejmě, všichni jsme byli zaměstnanci firmy Grapo Technologies. Jak vedení, tak zaměstnanci i spolupracující specialisté jsme získali první zkušenosti právě tam. Já jsem pracoval v servisním oddělení, paní Donna Ivy Frantík pracovala na obchodním oddělení a Tomáš Wolf byl ve vývojovém oddělení. Dodnes s reklamní firmou Grapo udržujeme obchodně pracovně přátelský vztah. Kontinuita zde tedy je, ale na druhou stranu nic pro nás není v dnešní době nemožné a snažíme se o větší rozsah našeho vývoje a výroby než nabízí ostatní firmy.

Jaká je současná nabídka značky Effetec?

Základem nabídky jsou tiskárny SimpleJet a EffeJet, ale zabýváme se i prodejem dílů, inkoustů, poskytováním servisu, vývojem různých tiskových aplikací, výrobou digitálních tiskáren. Když k nám přijde zákazník, dokážeme mu takzvaně ,,ušít stroj na míru“.

Kolik trval vývoj tiskárny SimpleJet?

Výroba a vývoj našeho prvního stroje zabral půl roku nepřetržité práce. Snažili jsme se o co nejjednodušší a nejrychlejší řešení. V současné době vyvíjíme kromě strojů různé výrobky v oblasti tisku a délka vývoje a výroby se pohybuje od dvou do sedmi měsíců.

Můžete popsat váš prodejní model?

Funguje na bázi obchodních partnerů a distributorů, kteří prodávájí naše výrobky a nápady. Nebo k nám naopak přináší požadavky od jejich zákazníků a my s nimi u jednoho stolu hledáme řešení, které by uspokojilo všechny strany. Na Blízkém východě máme svoji pobočku a partnera, který má na starost celý místní region. Naší značku můžete vidět i ve sportu, konkrétně v cyklistice, kde značku Effetec prezentujeme a tento sport podporujeme.

Chystáte nějakou novinku?

Ano, v dohledné době uvedeme na trh náš nový stroj EffeJet v další verzi. Myslíme si, že tento stroj bude dalším krokem k úspěchu.

Proč by se měl zákazník rozhodnout pro spolupráci s vaší firmou?

Jako výrobci UV velkoformátových tiskáren chápeme potřeby zákazníka a uvědomujeme si důležitost konzistentní kvality a spolehlivosti, odolnosti zařízení, rychlé výroby, jednoduchého ovládání a dlouhodobé údržby. Snažíme se pro naše stroje, náhradní díly a spotřební materiál stanovit nejlepší ceny stejně tak jako nabídnout vynikající služby, které vytvářejí dlouhodobé vztahy s našimi váženými zákazníky. Snažíme se všechny věci dělat jednoduše a přitom uspokojit náročného zákazníka. Pro nás platí heslo, které je všem známo - „náš zákazník, náš pán“.
Všichni, kdo pracují v Effetecu, touto firmou žijí a berou ji jako svou druhou rodinu. Proto jsme připraveni vyhovět požadavkům zákazníka vždy a všude, za jakýchkoliv okolností. Myslím si, že se nám tohle daří, a proto vše funguje jak má.

HEXIS + BODYFENCE: Paint Protection Film

Francouzský výrobce materiálů pro reklamu HEXIS představil další novinku na ochranu karoserií automobilů. Jedná se o novou generaci vysoce transparentního samolepicího filmu, který byl vyvinut na základě úspěchu... Celý článek *zde*

Antalis 45 Days

Máte pocit, že nemáte dost informací o materiálech, které používáte a že někdy musíte postupovat metodou pokus – omyl? Společnost Antalis na svých stránkách... Celý článek *zde*

Možnosti potisku textilu a nažehlování

Únor je v Bitconu ve znamení workshopů a školení. Připravili jsme pro zákazníky několik novinek v sortimentu a využíváme tedy toto období k prezentacím s praktickými ukázkami. Zveme tímto zákazníky na workshop „Možnosti potisku textilu a nažehlování“ dne 26. 2. 2015 do sídla firmy Bitcon... Celý článek *zde*

bitcon

Inkoust, 180 m/min, 2400 dpi a dokončovací pečeť „huncolor“

„Nevěřil jsem, že posun od ofsetu k inkoustu může být tak výrazný. S technologií RICOH VC60000 jsem změnil názor... Celý článek *zde*

Dencop spustil web pro stavební firmy

Společnost Dencop Lighting zpustila webové stranky www.alu-bond.cz, kde soustředila informace o materiálech ze své nabídky, které jsou osvědčené také ve stavebním průmyslu. Najdete tu hliníkové... Celý článek *zde*

Drupa bude jednou za tři roky

Od roku 2016 bude mít düsseldorfský veletrh Drupa tříletý cyklus. Další ročníky se budou konat v květnu 2019, 2022... Celý článek *zde*

drupa

FTP - Váš partner pro plasty

FERONA THYSSEN PLASTICS, oficiální distributor 3A Composites pro Českou republiku, aktuálně nabízí ze svého širokého produktového portfolia tyto značky... Celý článek *zde*

FUJIFILM

VYBRANT F1600

unikátní výhodná alternativa k ekosolventním tiskárnám

ACUITY LED 1600

UV hybridní tiskárna pro desky i role s vynikající kvalitou tisku

ACUITY ADVANCE SELECT

rodina produktivních UV flatbed tiskáren
(s možností tisku z role) s fotografickou kvalitou tisku

UVISTAR PRO8

extrémně výkonné UV rolové tiskárny šíře až 5 m

ONSET

nejvýkonnější UV flatbed tiskárny na světě

JETPRESS 720S

archový digitální tisk do formátu B2

JETPRESS 5450W

výkonný oboustranný tisk
z role 543 mm

EUROMEDIA

špičková média pro UV i solventní digitální tiskárny

INKOUSTY

rozsáhlá rodina inkoustů Uvijet i solventních inkoustů

reklama polygraf 2015

Navštivte nás v květnu na výstavě **Reklama Polygraf 2015** na stánku **4A 457**

Bezpečnosť vyhrala nad cenou

Táto rubrika sa venuje priemyselným aplikáciám, ktoré sú aj pre výrobcov reklamy jednou z možností ďalšieho rozvoja. Zriadenie Štátnej tlačiarne cenníin je síce jedinečná udalosť, ale v rozhovore s riaditeľom štátneho podniku Mincovňa Kremnica Vlastimilom Kalincom nájdete veľa zaujímavých informácií.

Vlastimil Kalinec

Mincovňa Kremnica je najstarším kontinuálne pracujúcim podnikom v Európe a aj vo svetovom meradle patrí k unikátom. Ako ste prijali rozhodnutie o rozšírení výrobného programu?

V. Kalinec: S pokorou. Ako mincovňa s takou dlhou tradíciou vieme, čo pre úspech znamená reputácia v odbore. Rozhodnutie o vytvorení štátnej tlačiarne cenín v našom podniku pred nás postavilo novú výzvu. Museli sme si poradiť s celkom novým odvetvím priemyselnej výroby. Výhodu sme mali vo zvládnutí režimu práce s ceninami, kde sme využili naše aplikované bezpečnostné riešenia.

Čo pre podnik so skoro 700 ročnou tradíciou nepretržitej výroby znamená rozšírenie výrobného programu o polygrafiu?

V. Kalinec: Spustením projektu štátnej tlačiarne cenín sme sa stali podstatne viac na štát naviazaným subjektom. Získali sme ďalší ekonomický pilier a tým aj lepšiu stabilitu. Rozšírením produkcie dokážeme byť aj lepšie konkurencie schopní pri výrobe mincí, pretože prevádzkové náklady vieme efektívnejšie rozložiť. Výroba ochranných známok je dlhodobým kontraktom pre štát, ktorý si uvedomil potrebu chrániť svojich občanov. Boli aj úvahy o investične nenáročnejších riešeniach, ale podľa mňa by bez zvýšenia úrovne bezpečnosti nemal takýto projekt zmysel. Ako štátna tlačiareň máme možnosť využívať tú najvyššiu mieru ochrany, ktorá je rádovo vyššia ako komerčné riešenia.

Umiestnenie tlače cenín v prísnom režime si vyžiadalo stavebné úpravy. Ako sa „zmestia" vedľa seba dve také rozdielne výroby?

V. Kalinec: Objekt mincovne je pamiatkovo chránený. Nájsť vhodné riešenie teda nebolo jednoduché, lebo sme nemali úplne voľnú ruku. Nechceli sme ani umiestniť tlač cenín mimo areálu mincovne, ktorý je veľmi dobre zabezpečený a pracovníci sú zvyknutí na bezpečnostný režim. Napokon sme využili priestory, kde boli predtým umiestnené dielne údržby a do nich sme umiestnili výrobnú časť, expedičná je v malej prístavbe. Priestory postavili pred projektantov naozajstný hlavolam, ale dokázali sme technologický a logistický reťazec nastaviť tak, že máme dostatočnú výkonovú rezervu a vyhovujúci manipulačný priestor. Dokonca sa nám podarilo aj umiestniť okno do ofsetovej dielne na našu vyhliadkovú trasu pre návštevníkov.

Nové kolky majú mať vyšší stupeň ochrany ako tie doposiaľ používané. Niektoré ochranné prvky, ktoré budú použité, nemôžu byť uvoľnené pre komerčnú sféru. Viete prezradiť, aké sú a ako si ich spotrebiteľ bude môcť overiť v praxi?

V. Kalinec: Nevymenujem všetky, ale povedzme si aspoň o tých, ktoré môže rozpoznať aj bežný spotrebiteľ. Kolky sú vytlačené tromi technológiami na špeciálnom ceninovom papieri. Najprv je tlač ofsetom, kde používame výrazne vyššie rozlíšenie než komerčné tlačiarne. Hĺbkotlač je tiež vyhradená technológia a novinkou na slovenských KZ je aj unikátny ID kód tlačený digitálnou inkjetovou tlačou. Ostávajú aj pôvodné prvky ako irisové prechody, ochranné vlákna v papieri. Súčasťou známky je aj QR kód, ktorý hovorí, aký tovar je ňou chránený. Tablety a inteligentné telefóny sa tak môžu stať významným pomocníkom pri ochrane spotrebiteľa. Keď si v obchode nasnímate kód z litrovej fľaše rumu a objaví sa Vám, že to je polliter vodky, viete, že niečo nie je v poriadku. Liehová aféra v ČR ukázala, akí dokážu byť obchodníci s nelegálnym liehom cynickí. Rozhodnutie vlády SR vytvoriť štátnu tlačiareň cenín po tomto škandále bolo logickým krokom na ochranu spotrebiteľa. Vyššia úroveň bezpečnosti na jednej strane ochráni ľudí a na druhej zaistí aj vyšší výber spotrebných daní.

Koľko dodávateľov sa do súťaže prihlásilo?

V. Kalinec: Keďže sme boli v oblasti polygrafie nováčikom, konzultovali sme technologické potreby takejto špeciálnej výroby s inými štátnymi tlačiarňami a najrelevantnejšími dodávateľmi na trhu. Projekt sme rozdelili na niekoľko častí, aby sme zaistili čo najširšiu účasť. Samostatne sme teda v elektronickej aukcii vyberali dodávateľov pre stavbu, ofset, hĺbkotlač, digitálnu tlač, softvér a CTP a dokončovanie. S ohľadom na krátky čas dodávky sa do súťaže nakoniec neprihlásili zástupcovia japonských firiem. Pri ofsete teda súťažili Heidelberg a KBA.

Môžete podrobnejšie popísať víťaznú technológiu a jej prednosti?

V. Kalinec: Ofsetovú tlač zaisťujeme na stroji KBA Rapida 75 v konfigurácii 4 veže, ktorý zodpovedal požadovaným kvalitatívnym parametrom a svojimi rozmermi najlepšie zapadol do priestorov. Digitálna tlačová linka je od spoločnosti Sicpa. Osvitová jednotka CTP je od firmy Kodak s nadstavbou a grafickým softvérom na ceninový dizajn od firmy Jura a vyvolávač a tlačové platne sú od spoločnosti Fujifilm. Technologický reťazec je nastavený na tlač s komerčne nedosiahnuteľným rozlíšením 12 800 dpi. Pri dokončovaní sa využívajú dve rezačky - Polar pre hárky formátu B2 a Perfecta pre formát B1. K technológii intaglio (hĺbkotlač), špeciálnym farbám a papieru by som sa nerád podrobne vyjadroval, ide o citlivé informácie z hľadiska bezpečnosti celej výroby.

Aký podiel na tržbách podniku bude mať ceninová tlač?

V. Kalinec: Na celkových tržbách podniku to bude po plnom nábehu výroby asi 20 %. Teraz ešte mnoho distribútorov využíva staré známky, ktorými sa predzásobili. Z produkcie ochranných známok potom pripadá 80 % na tabakové výrobky a 20 % na liehoviny. Máme rezervy v kapacite a chceme naše služby ponúknuť aj externým zákazníkom. Môžeme veľmi dobre využiť naše pozície vo svete a ponúknuť partnerom aj ceninovú tlač.

Čo bolo na spustení výroby kolkov najťažšie?

V. Kalinec: Spustiť takúto špeciálnu prevádzku v oblasti, kde sme nemali žiadne skúsenosti v takom krátkom termíne. Vo februári ešte prebiehal archeologický prieskum, v júni sa už inštalovala technológia a v októbri sa rozbehla sériová výroba. Pri pohľade na fungujúcu prevádzku môžu mať všetci naši partneri spolu s nami pocit dobre odvedenej práce.

Zdroj: Noviny pre grafický priemysel

To nejlepší z Duhového paprsku

Vítězem kategorie E - POP/POS reklama se stala společnost ASTRON print s prací Jameson – Mašinka. Odborná komise ocenila návaznost vizuálního řešení na celkovou komunikační kampaň produktu. Řešení bylo ukázkou, jak lze vytvořit povedenou realizaci bez zruinování klienta.

Kategorie E, ve které soutěží realizované reklamní řešení v instore komunikaci pro podporu prodeje v místech prodeje, bývá velmi dobře obsazena. Podpora v místě prodeje je totiž efektivním nástrojem, který zadavatelé rádi využívají. Možná i proto měla diskuze v komisi poměrně dynamický průběh. Práce, které postoupily na short list, byly velmi kvalitní a vybrat vítěze vůbec nebylo lehké. Vavřín byl nakonec přidělen práci, která by mohla povzbudit i další zadavatele ke kvalitní kampani a kultivovat tak celkové prostředí. Požádali jsme o rozhovor Blanku Chládkovou, POS / POP Design Sales Manager společnosti ASTRON print.

Jaká jsou technická specifika této realizace?
Na projekt byly použity materiály EB vlna, Ensocoat 350 g, Stadur 10 mm, Kapa plast 5 mm, Forex 10 mm, dřevěné tyče a šroubky. Pro dekoraci přímý potisk UV technologií na tiskárně Durst a ořez dílů na plošném plotru Kongsberg. Pro lepení se využila tavná pistole a bannerová 25 mm páska.

Co bylo na zakázce nejsložitější a proč?
Na zakázce bylo asi nejsložitější zpracovat celý koncept z kartónu tak, aby co nejvíce odpovídal grafickému návrhu zadavatele. Jednalo se především o všechny 3D oblé komponenty a o to, využít správné druhy materiálů, které mají potřebné vlastnosti k vytvoření co nejpřesnější kopie návrhu.

Jaká byla spolupráce se zadavateli tohoto reklamního konceptu?
Spolupráce se zadavateli projektu byla jako vždy bezchybná. Komunikace perfektní, potřebné informace sdělovány prakticky ihned po dotázání, maketování a čas na zpracování zakázky dostačující.

Výstava fotografií

REKLAMA? REKLAMA!
Právě na toto téma otevřela v úterý 10. února 2015 prezidentka České marketingové společnosti Jitka Vysekalová v Malé galerii ČMS VERITASIMUS (Vinný šenk Náplavní ulice Praha 2) výstavu fotografií Josefa Kroupy. Inspirací byly závěry již řadu let uskutečňovaného výzkumu Češi a reklama, na němž... Více *zde*

Nový web pro Hvězdu 3D reklamy

Pro 15. ročník soutěže Hvězda 3D reklamy byly zprovozněny nové webové stránky. Na adrese www.hvezda3dreklamy.cz je možné vyplnit online přihlášky ve všech kategoriích soutěže, stáhnout si propozice... Celý článek *zde*

Kreativní vizi 2014 vyhrála dekorace z litého plexiskla

Ve čtvrtek 12. února vyhlásila společnost Antalis výsledky druhého ročníku soutěže Kreativní vize, v rámci které zasílali její zákazníci produkty realizované z deskových materiálů Antalis a materiálů Coala. V hlasování... Celý článek *zde*

Rex posiluje obchodní tým

Společnost REX, významný český výrobce reklamy, přijme do svých řad pracovníka na pozici obchodního zástupce. Praxe v oboru podmínkou.
Info na *www.rex-reklama.cz*

Event Day – den plný zážitků

První den veletrhu Reklama Polygraf, tedy 12. května 2015, se uskuteční již 3. ročník prezentace specializovaného odvětví marketingové komunikace – event marketing.
Více na *www.Eventday.cz*

Výstava Príbeh papiera

Návštevníci nákupného centra Avion v Bratislave si môžu svoj nákup spestriť návštevou výstavy, na ktorej sa zoznámia... Celý článek *zde*

Posuňte své fotografování na další úroveň – Canon uvádí digitální zrcadlovky EOS 760D a EOS 750D

Společnost Canon představila dvě působivé digitální zrcadlovky – EOS 760D a EOS 750D. Tyto fotoaparáty patří mezi... Celý článek *zde*

Svět techniky a MACtac Wallwrap 300

Sdružení Dolní oblast Vítkovice úspěšně dokončilo projekt „Svět techniky – Science and Technology Center“. Tímto bylo v Ostravě otevřeno unikátní centrum, které zpřístupní problematiku vědy, výzkumu a... Celý článek *zde*

Pouliční knihovna od firmy Revyko

Firma Revyko se zabývá výrobou informačního systému a reklamními plochami, osvětlenými i neosvětlenými, umístěnými například na městském mobiliáři. Jedním z... Celý článek *zde*

Studenti vyzdobí start Tour de France

Letošní ročník Tour de France bude začínat v nizozemském Utrechtu. Město se rozhodlo, že studenti kurzů signmakingu a prostorové tvorby vyzdobí výlohy 23... Celý článek *zde*

Půjčovna výstavních stánků X-module

Objednat si stavbu běžného výstavního stánku na klíč není problém. Mnohdy ale může být překážkou celková cena, a to hlavně v případech, kdy se jedná o stavbu na vzdáleném místě, třeba v zahraničí. Zakoupit si vlastní stánek také není problém, ale... Celý článek *zde*

Ukažte své tvůrčí schopnosti a využijte k tomu nové fotoaparáty PowerShot a IXUS i tiskárny PIXMA PRO

Společnost Canon představila několik nových modelů ze svých uznávaných produktových řad PowerShot, IXUS a PIXMA PRO. Každé z těchto nových zařízení... Celý článek *zde*

Digital Kiosk

Pražská firma Digital Kiosk, která se zabývá designem, konstrukcí a výrobou kiosků, v současné době uvádí vlastní designovou řadu s názvem Colour Business Information. Vzhledem k rychlé (do 10 minut) a snadné výměně čelního krytu se tyto kiosky odlišují od ostatních především možností lehkého... Celý článek *zde*

DIGITAL KIOSK

POPAI NEWS

BEST OF IN-STORE V BRATISLAVĚ

POPAI CE pořádá další odborný seminář „Best of in-store“, který se tentokrát uskuteční v Bratislavě.
Akce proběhne 12. 3. 2015 od 12.00 do 16.00 hod. v hotelu Barónka * * * *, Mudrochova 2, Bratislava –Rača.
Program semináře představí v premiéře další případové studie nejnovějších projektů a in-store kampaní z nejrůznějších segmentů trhu, které byly oceněny v právě uplynulém ročníku mezinárodní soutěže POPAI AWARDS.
Nové realizace budou prezentovány exkluzivně jejich tvůrci od zadání, přes popis tvorby a realizace projektu až po uplatnění na trhu.
Seminář navazuje na úspěšné předchozí ročníky této akce na Slovensku, které se setkaly s velkým zájmem a vysokou účastí zástupců odborné veřejnosti.
Partnerem akce je společnost STORE Media. Hlavním mediálním partnerem je časopis Tovar & Predaj. Mediálním partnerem je časopis In-store Slovakia.

Podrobné informace o této akci naleznete *zde*

MAPA MARKETINGOVÝCH KOMUNIKACÍ

Asociace POPAI CENTRAL EUROPE vydala ve spolupráci s dalšími oborovými asociacemi aktualizovanou verzi komplexní mapy marketingových komunikací, která zahrnuje detailní dělení podlinkových aktivit.
Cílem projektu je vytvořit spolehlivý a ověřený materiál, který je zaštítěn oborovými asociacemi a deklarován tak odbornou veřejností za kompletní a reprezentující současný stav a strukturu marketingových komunikací na našem trhu. Materiál slouží v tištěné i elektronické podobě především pro účely komerčního a univerzitního vzdělávání.
Kompletní mapa marketingových komunikací je v příloze *zde*

Daniel Jesenský, prezident POPAI CE
Daniela Krofiánová, General Manager POPAI CE

POPAI
THE GLOBAL ASSOCIATION FOR MARKETING AT RETAIL
CENTRAL EUROPE

Přihlaste svoji práci do soutěže o nejlepší signmakingovou realizaci roku 2014

DUHOVÝ PAPRSEK

www.reklama-fair.cz

www.signinvention.com

REMARQUE STUDIO – cena za rok 2011

UNIBON – cena za rok 2010

REVOLTA – cena za rok 2011

JAN BECHER – cena za rok 2012

3P – cena za rok 2011

MORIS DESIGN – cena za rok 2010

SPYRON – cena za rok 2012

MATRIX MEDIA – cena za rok 2012

REX – cena za rok 2011

AZURO – cena za rok 2009

Vyhlašovatel: mip GROUP

Organizátor: ABF

Generální partner: SIGNMAKING SDRUŽENÍ DODAVATELŮ

Partneři: reklama polygraf 2015 · PVA EXPO PRAHA

Mediální partneři: SIGN INVENT!ON · Marketing & Media · NEWSLETTER Signmaking • Polygrafie • POP/POS

Buďte VIP

Model, jak posunout potisknutelnou tapetu na úroveň umění, přinesl na americký trh specialista na design Soicher... Celý článek zde

Zünd G3-M2500 bude sloužit k výrobě konstrukčních modelů

Mezinárodně uznávané architektonické a designové studio Foster + Partners investovalo do plošného plotru Zünd G3-M2500, který bude sloužit k výrobě... Celý článek zde

Personalizace podporuje ego

Zamysleli jste se někdy nad tím, proč se těší oblibě kosmetika s obrázkem majitele, individualizovaný design elektroniky, proč si člověk vybere láhev Coca Coly se svým jménem, stejně jako sklenici Nutely? To vše... Celý článek zde

It's so easy to pick you out in a crowd

V australském Melbourne je nainstalován poutač, který dokáže rozpoznat konkrétní automobilovou značku, v tomto případě Porsche. Digitální poutač o ploše 50 m², na kterém běží normální reklama, je schopen... Celý článek zde

Nové tiskárny od společnosti Xerox šetří náklady i životní prostředí

Nové barevné tiskárny řady ColorQube s technologií tuhého inkoustu od společnosti Xerox nabízejí mnoho výhod. Šetří... Celý článek zde

Obří tenisová raketa v Rotterdamu

Poutač vyrobený v roce 2013 se objevil již potřetí a stal se symbolem, že v Rotterdamu začíná tenisový turnaj ABN Amro.
Raketa je vyrobena z... Celý článek zde

Nové zrcadlovky Canon EOS 5DS a EOS 5DS R – převrat v rozlišení!

Společnost Canon představila dvě nové digitální zrcadlovky, které zásadně mění systém EOS. Modely 5DS a EOS... Celý článek zde

Rozšíření továrny Avery Dennison v Německu

Zvýšená poptávka po ultra čirých filmech si vyžádala investici do rozšíření závodu společnosti v německém městě Gotha. Nové prostory umožnily zvýšit kapacitu linky... Celý článek zde

KALENDÁŘ ROKU 2015

MEZINÁRODNÍ SOUTĚŽ O NEJLEPŠÍ KALENDÁŘ ROKU

www.typografiacz.cz/soutez.html

PARTNEŘI:
PaperlinX
TISKDO1000.CZ e-shop tisku
HEIDELBERG

HLAVNÍ MEDIÁLNÍ PARTNEŘI:
Typografia & Marketing Media

MEDIÁLNÍ PARTNEŘI PRO SLOVENSKO:
PrintProgress noviny