

NEWSLETTER

Signmaking • Polygrafie • POP/POS

reklama
polygraf

noviny

pre grafický priemysel

Brands & Stories

03 / 2015



www.reklama-fair.cz



Představte svým klientům osobně nová řešení. Má pro firmy smysl vystavovat na veletrhu? Názory se liší... faktem ale zůstává, že osobní setkání se zákazníky a konkurencí nemůže nic nahradit. Prezentace na veletrhu je dobrou příležitostí, jak oslovit nejen zákazníky stávající, ale zejména partnery a klienty potenciální. Zejména v současné době, kdy se dosavadní vývojové trendy lámou, kdy dochází k masivnímu nástupu internetu a ke skutečnému nástupu praktického užití nových moderních aplikací, je třeba tyto informace zákazníkům a obchodním partnerům předat a nabídnout jim inspiraci novými modely obchodování. Reklamní průmysl je odvětví, do kterého velmi rychle pronikají informační a komunikační technologie.

Trendy a data jednoznačně ukazují, že dochází nejen k synergii, ale i k substituci mezi klasickým tiskem a digitálními, respektive elektronickými technologiemi. Dodavatelé tiskových a reklamních služeb jsou nuceni čelit novým výzvám a příležitostem. Proto je nutné na to být připraven. Silný vliv na tiskový obor má vývoj významného zákazníka, kterým je reklamní průmysl. Zastoupení printu v marketingových strategiích zadavatelů, bude i nadále značné. Proto je nutné o nových možnostech a trendech komunikovat. Proto je tu veletrh Reklama Polygraf.

Zdeněk Sobota

Řada profilů ImagePerfect pro HP Latex 360

Spandex, dodavatel komplexních inovativních řešení pro výrobu reklamy, uvedl na trh řadu bezplatných tiskových profilů pro své nejpoužívanější materiály... Celý článek [zde](#)



spandex

Leading Brands
for Graphic Solutions

Produkční UV od Agfy Anapurna M3200i RTR

3,2metrová tiskárna Anapurna M3200i RTR na rollová flexibilní média s UV vytvrzováním přináší pozoruhodnou kvalitu... Celý článek [zde](#)



Sublimační tiskárna Roland Texart RT-640

Společnost Bitcon poprvé instalovala novinkou sublimační tiskárnu Roland Texart RT-640 v osmibarevné... Celý článek [zde](#)



Nová tisková technologie efi VUTEK H2000Pro

Výrobce vysoce produkčních tiskáren, firma efi VUTEK, investuje každoročně do vývoje nových technologií až 20 % svého zisku. Výsledkem je v podstatě kontinuální uvádění nových tiskových technologií na trh... 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

Workshop: Charis – prostor pro kreativitu

V únoru jsme ve společnosti IMPROMAT uspořádali regionální workshop zaměřený na menší grafická studia a tisková... Celý článek [zde](#)



3M rozdává dárky

Společnost 3M, divize komerční grafiky spustila od 1. března akci 1+1, při které rozdává dárky. Při zakoupení jedné role... Celý článek [zde](#)



Grafická soutěž Scodix

Společnosti DataLine Technology a Tiskap vyhlásily ve spolupráci s časopisem Font soutěž o nejlepší grafický návrh... Celý článek [zde](#)



ImagePerfect™ Magnetics

potisknutelná magnetická fólie
použití v POS / POP systémech
speciálně vyvinuta pro
jednoduché změny design
možnost řezat na plotru / ručně

Spandex SyndiCUT, s.r.o. Pražská 238, 250 66 Zdíby, Česká republika
Tel: +420 286 006 455 | Fax: +420 286 006 400 | www.spandex.com
Spandex, s.r.o. Zátěšie 10/A, 831 03 Bratislava, Slovenská republika
Tel: +421 2 3333 5555 | Fax: +421 2 3333 5500 | www.spandex.com



spandex

Leading Brands
for Graphic Solutions

František Kavecký: 3x ano pro veletrh Reklama Polygraf

Každý veletrh žije svým vlastním životem, má svoje silnější i všednější ročníky. Spolu s otázkou, zda mají veletrhy v čase internetu vůbec smysl, se čas od času v každé firmě položí na stůl otázka, zda má smysl na veletrhu vystavovat, či na něj vůbec jít. Pokusím se co nejobjektivněji předložit svůj subjektivní pohled.

Celou svou profesionální kariéru pozorně sleduji trendy a diskuze, které nastoluje nejvýznamnější polygrafický veletrh Drupa. Od časů, kdy měl internet zcela pohltnout denní tisk, se dostáváme do časů, kdy vše spásí multikanálové kampaň. Vždycky najdeme rozumné argumenty pro nové trendy i ty obhajující konzervativní pohledy. Je dobré vidět do daleké budoucnosti očima analytiků, ale spolehnout se můžeme jenom na selský rozum. Dovolím si proto osobní zamýšlení i vyznání.

Má v éře globálního trhu smysl lokální veletrh?

Před touto otázkou je třeba položit si ještě jednu otázku – Má vůbec smysl veletrh? Já jsem přesvědčen, že ano. Argument, že dnes si člověk všechno najde na internetu je sice mantrou managementu, který se rozhodl šetřit na marketingu, ale je to jenom polopravda. Je to stejné, jako když se firma s pokulhávající kamennou prodejnou a úspěšným e-shopem zamýšlí, zda nemá smysl prodejnu zavřít a být pouze na webu. O správnosti takového rozhodnutí lze vést spory a dokonce s ním i souhlasit, ale já osobně neznám střední firmu bez monopolního postavení, která by tohoto později nelitovala. Zákazník stále chce své zboží vidět a pak si ho

pro své pohodlí možná i objedná přes e-shop. Nejhorší variantou je prodávat zboží v kamenné prodejně a pak nechat zákazníka, aby si ho objednal na webu konkurence. Veletrh jako marketingový nástroj stále smysl má, musí se však využít jeho potenciál. Každý obor po čase vytvoří stabilní komunitu a je pak těžké najít na veletrhu nové zákazníky, na rozdíl od prezentace ve firmě má ale zákazník na veletrhu pocit neutrálního území. Jeho soudy jsou objektivnější a je otevřenější novým informacím. Na rozdíl od internetu, kde vidí to, co hledá, na veletrhu uvidí to, co mu vystavovatel chce ukázat. Ne každý chce cestovat do zahraničí a ne každý má pocit, že jeho angličtina je dostatečná na dobrý obchod. Ostatně, většina obchodu se stejně realizuje doma. Jde však o velmi citlivé propojení mezi organizátorem veletrhu, vystavovatelem a návštěvníky. Organizátor musí dnes nabídnout něco, proč by měl návštěvník na veletrh přijít – zajímavé expozice a hodnotný doprovodný program spolu s důstojným zázemím. Vystavovatel musí nabídnout to nejlepší, co má a návštěvník musí mít zájem o inovace. Toto vzájemné propojení je velmi křehké a kromě snahy všech stran je ovlivňováno i nepředvídatelnými silami, které nelze předejdem ovlivnit. Veletrh má tohle společné s burzou. Někdy je prostě špatný den. Neznamená to ale, že se zhroutí svět. Ani švestek se neurodí každý rok stejně. V každém případě si myslím, že lokální veletrh má svůj obchodní smysl.

Vyplatí se lokálně vystavovat?

Výstavnictví je jeden z nejstarších druhů propagace a může se zdát, že mu dochází přitažlivost. Šetření přináší rozvoj evropských veletrhů

a útlum těch lokálních. Přijetím tohoto trendu ale sami sebe ochuzujeme o tradice a společenské zázemí.

Je dost důvodů, proč vystavovat, ale i těch, proč nevystavovat. Záleží ale nejenom na úhlu pohledu, ale i na časovém horizontu. Dnes se může zdát výhodnější neinvestovat do výstavní plochy, ale připravit v čase konání veletrhu něco podle zásad guerilla marketingu. Zorganizovat vlastní den otevřených dveří nebo mimořádnou cenovou akci. To vše je legitimní, ale zaměřené na okamžitý efekt. Těží se z energie, kterou trhu vlévá připravený veletrh. Na místě je tedy i otázka, co by bylo, kdyby veletrh nebyl?

Z dlouhodobého hlediska se význam veletrhů mění z místa prezentace novinek i na místo vyvrcholení oborových soutěží, edukace, diskusních kulatých stolů a hledání společných vizí a východisek pro další budoucnost oboru. Obor bez veletrhu je mrtvý. Trh bez veletrhu je jenom periferií většího trhu, a to si myslím tradice země, která dala světu fenomén Baťových závodů, nezaslouží.

Máme co nabídnout návštěvníkům?

Většina vystavovatelů nabízí produkty z portfolia globálních firem. Každý dodavatel však ke své nabídce přináší i svůj pohled na konkrétní aplikace. Můžeme ke zboží dát i kus svého nadšení a odevzdat vlastní zkušenosti – kus svého srdce. Je to málo?



MACTac WallChalker

Společnost HSW Signall zařadila do své nabídky speciální černou samolepicí fólii určenou pro popisování křídou... Celý článek [zde](#)



Novinky v modelové řadě JETI TITAN, S/SH

Agfa Graphics doplnila portfolio v modelové řadě TITAN o dva další modely, které vychází ze stejného konceptu jako... Celý článek [zde](#)



Canon představuje dvě nové tiskárny

Canon Europe představil dva nové vysoce výkonné barevné systémy, oba navíc ve variantě tiskárny i multifunkčního... Celý článek [zde](#)



Durst zřídil v Indii společný podnik pro výrobu inkoustů

Firmu VetroCer založila společnost Durst se svým indickým partnerem, firmou Ceradecor. Toto rozhodnutí je... Celý článek [zde](#)





EMBLEM – když vyžadujete kvalitu

- tiskové samolepicí materiály • UV lamina
- fotopapíry • filmy a canvasy

Made in Europe

<http://www.c-print.cz/eshop> **... nechte to na nás**

VYBRANT

Nová výhodná alternativa za solventní technologii.

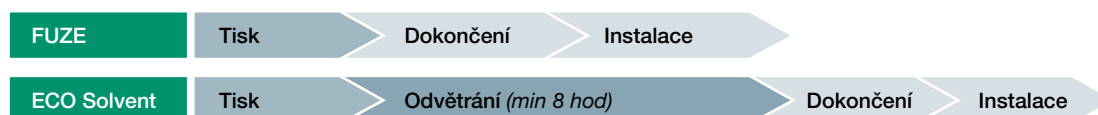
Technologie FUZE přináší vysoce kvalitní UV inkousty v eko solventní bázi. Ta při tisku, ještě než UV lampy inkoust vytvrdí, okamžitě vyprchá. Výsledkem je odolná, přitom ale velmi tenká a pružná vrstva inkoustu – a produkty, které je možné ihned dále zpracovat a expedovat, aniž by musely čekat na odvětrání.

- ▶ šířka tisku 1,6 m
- ▶ inkousty CMYK
- ▶ variabilní velikost kapky
- ▶ rychlost tisku až 18 m²/h
- ▶ životnost UV lamp 6 000 h
- ▶ vysoce kvalitní tisk
- ▶ jasné saturevané barvy, lesklý tisk na vinylu
- ▶ výborná adheze
- ▶ okamžitá odolnost proti otěru, vynikající chemická odolnost
- ▶ široké spektrum potisknutelných médií

Uvijet



IDEÁLNÍ TISKÁRNA PRO SOUČASNÝ TRH, KDE VŠICHNI SPĚCHAJÍ – VE VYSOKÉ KVALITĚ VYTISKNETE, **DOKONČÍTE A EXPEDUJETE** TENTÝŽ DEN!



Více informací
o inkjetových technologiích
www.powerofinkjet.com



ROZHOVOR NA TÉMA:

Fresky od Michelangela bez Michelangela

Pravá freska se tvoří malbou do vlhké omítky, je to jeden z umělecky nejnáročnějších postupů, protože vyžaduje návaznost práce zedníků a umělce v časově velmi omezeném rámci. Když se zamyslete nad podmínkami, kdy slavné malby v kupolích chrámů vznikaly, pocítíte k jejich tvůrcům ještě větší úctu. Digitální věk ale přinesl nové možnosti, zejména pro milovníky umění. Dnes se díky technologii Fresko, můžete i ve svém domově kochat pohledem na dokonalé reprodukce. Více se dozvíme v rozhovoru s Daliborem Šmolíkem ze společnosti Bitcon.

Vyžaduje si aplikace zkušenosti nebo školení?
Jednoznačně vyžaduje. Nejen školení, jak se pracuje se samotným materiálem Fresko, ale také zkušenosti s přípravou stěn a ostatních



podkladů, na které chcete motiv přenášet. Proto je vhodné při aplikaci spolupracovat s odborníky na daný typ povrchu, kam je aplikace zamýšlena.

Jaká je odezva?

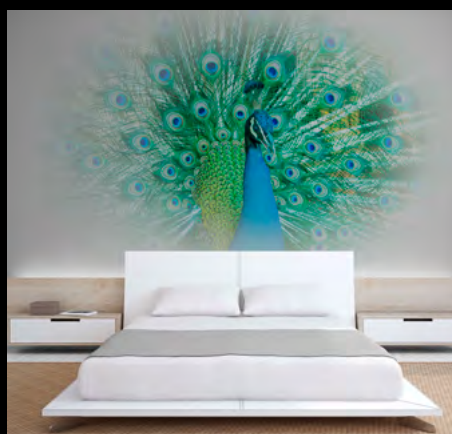
Odezva po naší prezentaci ve firmě Bitcon byla opravdu velká a pozitivní. Materiál tohoto typu na našem trhu dosud chyběl a ve spolupráci s výbornou přípravou

Dalibor Šmolík



Jak to celé funguje?

Náš materiál Fresko pro imitaci fresek je zcela odlišný od běžných tiskových materiálů, které se na podklady lepí. U naší technologie se přenáší pouze tisk (inkoust) na podklad jako jsou stěny, ale také na jiné pevné materiály, například dřevěné podlahy, obklady, kámen, mramor, kov nebo jiné porézní absorboční povrchy. Výsledná grafika nezmění charakter povrchu, který se s podkladem ještě lépe spojí po použití ochranné vrstvy, jako je silikonový nátěr na stěny nebo lak na ostatní pevné materiály. Tímto se také docílí vysoké ořezuvzdornosti. V tom je největší rozdíl mezi Freskem a ostatními materiály na stěny.



grafiky docílíte mimořádného výsledku, kde celkový dojem nebudou kazit vrstvy tapet, vinylů nebo papírů. Výsledkem bude pouze prodyšná malba, která kombinuje šarm tradiční ruční fresky s flexibilitou digitální technologie.

Máte nějaké reference?

Materiál je u nás nový, ale ve světě se s ním již nějaký čas pracuje a je hojně využíván pro vytváření individuálních interiérových a exteriérových designů, jako například v hotelech, restauracích, kostelech nebo konferenčních prostorech a na fasádách domů. Uplatnění nachází jak v historických, tak i moderních budovách.

Připravili jste zajímavou reklamní realizaci v roce 2014?

přihlaste se
do soutěže
uzávěrka
13. 4. 2015



DUHOVÝ PAPERSEK

www.reklama-fair.cz
www.signinvention.com

Mezinárodní výzkum strategického řízení v malých, středních a rodinných firmách

Malé a střední firmy začínají systematickému strategickému řízení věnovat pozornost, zároveň ale stále mají v řadě aspektů prostor k efektivnějšímu způsobu řízení. Svoji konkurenceschopnost a rozvoj mohou dále podpořit například intenzivnější prací se strategickými informacemi, zaměřením na některé typy inovací, využíváním potenciálu, který nabízejí zahraniční trhy, nebo systematictějším řízením implementace strategie. Takové jsou hlavní závěry rozsáhlého mezinárodního výzkumu přístupu malých, středních a rodinných firem ke strategickému řízení, na kterém se pod vedením Mendelovy univerzity v Brně podílela švédská Jönköping International Business School, slovenská Vysoká škola manažmentu, Asociace malých a středních podnikatelů a živnostníků ČR a asociace POPAI CE. Sběr dat mezi majiteli a manažery více než 1000 kvótně vybraných firem z České republiky, Slovenska, Švédska a Finska realizovala agentura STEM MARK. „Výzkum ukázal, že významná část českých i zahraničních malých... Celý článek [zde](#)



Plzeňský Prazdroj vstupuje do POPAI

Společnost Plzeňský Prazdroj, a. s. je dalším významným zadavatelem reklamy, který se stal novým členem středoevropské pobočky POPAI. Zároveň rozšiřuje členskou základnu sekce „Klub zadavatelů POPAI CE“. Tento přední evropský výrobce a exportér českého piva je úspěšnou součástí globální skupiny SABMiller. Plzeňský Prazdroj vaří pivo ve čtyřech pivovarech, a to v Plzeňském Prazdroji a Gambrinusu v Plzni, v Radegastu v Nošovicích a pivovaru Velké Popovice ve středních Čechách. Plzeňský Prazdroj vyvážá pivo do více než padesáti zemí po celém světě. Asociace POPAI CENTRAL EUROPE patří k aktivním pobočkám světové sítě POPAI. Jejími členy jsou významné společnosti, které působí v různých sférách oboru... Celý článek [zde](#)

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



Vliv internetu na tisk – digitální přívál

Na stránkách veletrhu Drupa se objevily první výsledky výzkumu Drupa Global Insights, který mapuje globální polygrafický trh. Výsledky ukazují, že množství nástrojů z prostředí internetu zásadním způsobem ovlivní většinu oblastí polygrafického průmyslu. Pojďme se podívat na fakta.

Na jaře roku 2014 se asi 1100 klíčových globálních představitelů polygrafického průmyslu zúčastnilo on line průzkumu, kde mnozí respondenti uvedli velmi poučné příklady ze svého konkrétního podnikatelského prostředí. První uvolněné výsledky studie ukazují, že zásadní vliv na trh budou mít nástroje jako web-to-print, variabilní data, interaktivní tisk, rozšířená realita, QR kódy a elektronické publikování. To vše ovlivňuje poptávku po fyzickém tisku. Poskytovatelé tiskových služeb a jejich dodavatelé na jedné straně a jejich zákazníci na straně druhé, jsou nuceni čelit novým výzvám a příležitostem. Výsledky studie mohou být důležitým příspěvkem ke strategickým rozhodnutím, které je potřeba přijmout jak na straně tiskařů, tak u dodavatelů.

Vzestup elektronického obchodování

Elektronický obchod roste ve většině světových regionů velmi dynamicky a tiskárny v tomto trendu hodně zaostávají. I když 51 % respondentů uvedlo, že mají implementovanou službu web-to-print, pouze 14 % uvedlo, že tímto kanálem kontrahuje více než 25 % zakázek. Velká změna ale nastala u vydávání katalogů pro zásilkový prodej. Až 60 % vydavatelů těchto katalogů potvrdilo rostoucí orientaci na on-demand digitální produkci.

Masový trh individuálních tisků

Ať už jde o fotografické knihy, kalendáře, firemní tiskoviny, marketingové předměty nebo trička - poptávka po středních a větších objemech výrazně klesá. Až 72 % všech dotazovaných komerčních tiskáren po celém světě již nabízí služby tisku z variabilních dat. V USA je tento podíl dokonce 87%. Podíl variabilních tisků na celkové produkci je zatím malý, ale 56 % účastníků průzkumu uvedlo, že mají mírný až rychlý růst. Roste počet komerčních tiskáren, které nabízejí širokou škálu tiskových produktů schopných prodeje přes internet. V globálním měřítku skoro 40 % tiskáren deklarovalo v prvním kvartálu roku 2014 záměr investovat do digitálních archivních tiskáren.

Interaktivní tisk láká

Interaktivita tisku je zakládáním, na které dnes zákazníci slyší. Obchodní firmy si uvědomují sílu komunikace prostřednictvím internetu a mobilních technologií přímo se svými cílovými skupinami na one-to-one bázi. Cross mediální kampaně umožňují sběr dat, jejich analýzu a použití pro několik kanálů jako PURLs (Persistent Uniform Resource Locators - webové adresy, které působí jako trvalé identifikátory), e-mail či SMS. Roste i rozsah aplikování technologií jako jsou QR kódy, Smart-Print, rozšířená realita a Near-Field Communication (dostupná cílená data pro mobilní prostředky zákazníků v malém okruhu místa nabídky). Jedna třetina respondentů již nabízí interaktivní tisk v té či oné podobě, velmi atraktivní je jeho využití na obalech. Existují tu však velké regionální rozdíly: v USA nabízí interaktivní tisk až 44 % firem, které se zúčast-

nily průzkumu, ale na Blízkém východě jsou to pouze 3%. Podstatná část členů Drupa panelu z oblasti obalového průmyslu využívá nástroje založené na internetu. QR kódy využívá 50 %, 43% variabilní obsah a až 41 % všech tiskáren obalů využívá personalizovaný tisk.

Nedostatek zkušeností s IT

Průzkum se velmi podrobně zabýval širokým spektrem témat, které hodnotí vliv internetu na samotný tisk. Zvládnutí nástrojů jako CRM (Customer Relationship Management – řízení vztahů se zákazníkem), DAM (Digital Asset Management – správa digitálních aktiv), Big Data (sběr, správa a využití podrobných dat velkého objemu) jakož i automatizace pracovních postupů jsou pro firmy stále kamenem úrazu. Vedení firem musí výrazně posílit IT dovednosti svých týmů. Zvyšující se digitalizace komunikace má jednoznačně vliv na poptávku na konvenční i digitální tisk.

Závěry

Poptávka se výrazně mění, i když objem tisku roste. Tiskařské firmy musí přijmout realitu internetového řízení multikanálové komunikace digitální budoucnosti, změnit svůj přístup a investovat.



To nejlepší z Duhového paprsku

Držitelem Ceny České marketingové společnosti za loňský rok se stala společnost **Revolta, s.r.o.**, které se podařilo navrhnout a zrealizovat nejpersonalizovanější běh v historii České republiky. Nike Photopoint na **We Run Prague 2013** se stal historickým mezníkem v prostředí českého event and field marketingu.

Značka Nike se rozhodla vstoupit na vysoce konkurenční pole běžeckých závodů, které se v Česku pořádají. Agentura **Revolta** pro ni připravila odlišení v podobě nejpersonalizovanějšího běhu historie - **We Run Prague**. Konceptu eventů lze ve zkratce shrnout jako cestu od hromadného závodu k maximálně osobnímu zážitku. Porotu velmi zaujala vysoká míra personalizace a vynikající zvládnutí komunikace s jednotlivými účastníky.

Můžete přiblížit celou koncepci eventů?

We Run Prague patří do série městských běžeckých závodů Nike po celém světě, které mají podobný koncept a sdílené prvky branding. Každá země mu ovšem vtiskne vlastní podobu, v našem případě se skutečně jednalo o vysokou míru personalizace pro účastníky. Všechny 10 000

účastníků závodu mělo mimo jiné závodní trička s vlastním vzkazem, možnost vyfotit se v cíli na stupních vítězů nebo vytištění svého motta na obří zdi v místě startu. Celý proces od registrace přes převzetí startovního balíčku až po doběhnutí do cíle byl pro běžce snadný, atraktivní a srozumitelný díky vysoké míře digitalizace a nepřetržité zákaznické podpoře.

Jaká byla komunikace se zadavatelem Nike?

Na organizaci a produkci závodu se podílel mezinárodní tým Nike z pražské pobočky společnosti, která je centrálou pro středoevropské teritorium. Největší výzvou byla koordinace informací a činností mezi pražským týmem, evropskou centrálou, dodavatelem registračního systému a ostatními spolupracujícími agenturami.

Projekt získal několik ocenění. Co pro vás znamená Duhový paprsek?

Každého ocenění si vážíme, obzvlášť pokud ho udělují naši kolegové – odborníci na reklamu. Uznání od porotců soutěže je příjemným bonusem k pocitu dobře odvedené práce, bez kterého si žádný dokončený projekt nedokážeme představit.



ČEŠI A REKLAMA 2015

Zadavateli výzkumu byla Česká marketingová společnost (ČMS), POPAI a České sdružení pro značkové výrobky... Celý článek [zde](#)



Materiály pro tisk flexotiskem

Flexotisková odborná skupina CFTA pořádá mezinárodní konferenci Materiály pro tisk flexotiskem ve dnech... Celý článek [zde](#)



QR kódy jsou tu pro vás

Otázka, která reklama v budoucnu zvítězí, zda tištěná nebo elektronická, je vyřešena! Nejspíš zůstanou obě jako jediný celek. Alespoň tak to nabízejí černobílé kostkované čtverečky, které se kolem nás objevují stále častěji. Doslova a do písmene tvoří spolehlivý most mezi tištěnou a elektronickou... Celý článek [zde](#)



Zapojte sa do prieskumu FESPA Census

Európska asociácia sieťotlačových zväzov pripravila globálny prieskum FESPA Census, ktorý má za cieľ pochopiť aktuálnu situáciu v oblasti sieťotlače, digitálnej a veľkoformátovej digitálnej tlače. Vďaka... Celý článek [zde](#)



Budování značky v běhu času

Česká marketingová společnost ve spolupráci s Chytilová & spol., patentová kancelář, s.r.o. si Vás dovoluje pozvat... Celý článek [zde](#)



Print & Digital UK 2015

Veletrh, který otevírá kolotoč klíčových výstav pro obor signmakingu a digitálního velkoplošného tisku otevře své brány v termínu 24. - 26. března 2015 na... Celý článek [zde](#)



DEN TISKU

4. února tomu bylo 296 let ode dne, kdy u nás vyšlo první česky psané periodikum. Tento významný den nejen pro české vydavatele, ale i širokou veřejnost... Celý článek [zde](#)

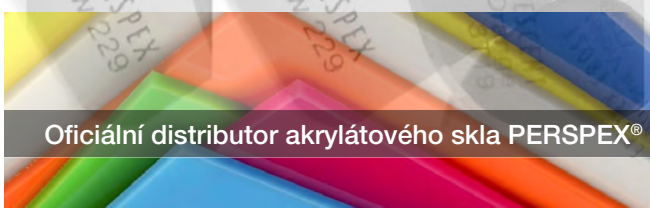


PRODEJ PLASTOVÝCH DESEK PRO SIGNMAKING

(PMMA, PVC, PET, PC, HPS, Alu sendviče, ...)



Tel.: 312 242 375
info@axom.cz
www.axom.cz



Oficiální distributor akrylátového skla PERSPEX®



**Přemýšlíte o Signage
Myslete na
ImagePerfect™**
Výběr pro profesionály

stáhněte si elektronický vzorník

Spandex SyndiCUT, s.r.o. Pražská 238, 250 66 Zdiby, Česká republika
Tel: +420 286 006 455 | Fax: +420 286 006 400 | www.spandex.com
Spandex, s.r.o. Zátisie 10/A, 831 03 Bratislava, Slovenská republika
Tel: +421 2 3333 5555 | Fax: +421 2 3333 5500 | www.spandex.com

spandex | Leading Brands for Graphic Solutions

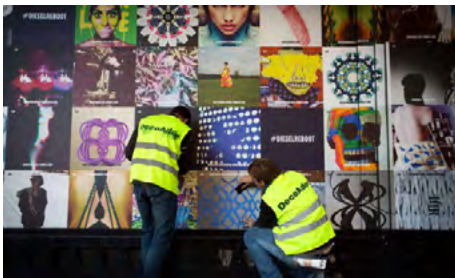
Tapety Muramour

Atraktivní povrchová struktura, omyvatelný povrch a dobrá cena charakterizují PVC tapety Muramour s papírovým... Celý článek [zde](#)



Móda Diesel v galerii více vynikne

Loňský podzim využila přední francouzská agentura Uni Bene k propagaci značky Diesel v luxusním pařížském... Celý článek [zde](#)



Frisco Night láká stojanem na noční život

Jemně perlivý alkoholický nápoj získal loni na podzim novou variantu Frisco Night. Plzeňský Prazdroj, a.s., tímto... Celý článek [zde](#)



Nespresso na nových H-bannerech Freeboard

Agentura McCoy & Partner spol. s r.o., prezentuje značku Nespresso na nových H-bannerech od společnosti Freeboard... Celý článek [zde](#)



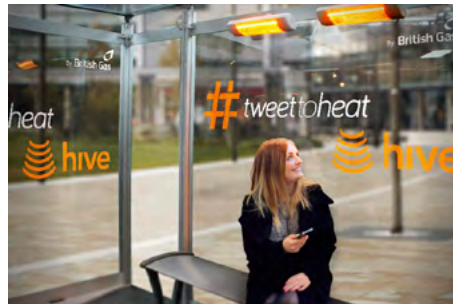
Fresh & Go – mobilní zdravé občerstvení

Návštěvníci vybraných výstav v ČR se mohou těšit na novou službu v podobě mobilního občerstvení Fresh & Go. Ta je založena na moderním pohledu na životní styl a sází na čerstvé a zdravé suroviny. V nabídce najdete čerstvé ovocné koktejly umíchané přímo před vámi, domácí ledové čaje, moučníky z tradičních rodinných receptů a čerstvou kávu. Služba je zcela mobilní a pro své... Celý článek [zde](#)



Ohřejte se na zastávce

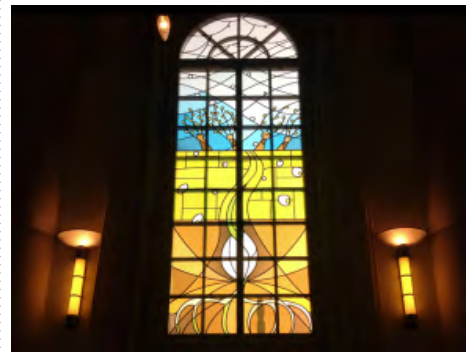
Hive, divize společnosti British Gas se zaměřením na inteligentní energetické systémy, spustila kampaň v tiskových médiích a na sociálních sítích, která cestující na nádraží Piccadilly v Manchesteru zve k zahřátí... Celý článek [zde](#)



Van Iwaarden vizualizoval Van Gogha

Kostel a kaple v nizozemském městě Etten-Leur jsou nyní místem výstavy o Vincentovi Van Goghovi. Jeho otec byl totiž pastorem v místním kostele a mistr zde často pobýval. Výstava se zabývá jeho tvorbou svázanou s městem. Vizualizaci zajistila firma Van Iwaarden, která se specializuje na reprodukce uměleckých děl.

Severní Brabantsko vyhlásilo rok 2015 za rok Vincenta van Gogha. Od začátku března tak můžete v kostele ve městě Etten-Leur obdivovat vitráže s motivy jeho obrazů. Van Gogh Experience monumentální kostel nabízí fascinující barevné vitráže a výstavu... Celý článek [zde](#)



Co je nové na Retailblog.cz?

Petr Šimek na svých stránkách Retailblog.cz upozorňuje na zajímavý prvek komunikace v retailu – 3D plakát. Najdete zde detailně zdokumentovanou kampaň ze Sobeys v Torontu. Nápad je to určitě... Celý článek [zde](#)



VINK

dodavatel materiálů a řešení pro reklamu, signmaking a polygrafické obory s dlouholetou tradicí

VINK-Plasty s.r.o. • VGP Park Horní Počernice • F. V. Veselého 2635/15, Praha 9 • www.vink.cz • tel.: 222 264 040 / 041




Avery Supreme Wrapping Film

Změnit barvu je tak jednoduché ...

- Šíře role 152 cm / prodej na bm
- 7 x perleť / 23 x lesk / 7 x mat
- 8 x lesklá metalíza / 7 x satín / 22 x matná metalíza
- 2 x carbon / 5 x brushed / 5 x conform

Zákaznický servis CZ | Telefon: +420 271 081 777 | vtscz@paperlinx.com
Zákaznický servis SK | Zelená linka: 0800 042 420 | vtssk@paperlinx.com

 VTS
  PACKAGING
  PAPER
 | www.paperlinx.cz


VISUAL TECHNOLOGY SOLUTIONS

Asanti, workflow se kterým ušetříte

Asanti od Agfa Graphics je pokročilý workflow pro Sign&Display. Asanti je integrovaný systém klient-server, který poskytuje maximální efektivitu zjednodušením... Celý článek [zde](#)



OKI rozšiřuje nabídku multifunkcí s černobílým tiskem

OKI rozšiřuje portfolio LED multifunkcí s vysokými rychlostmi tisku a s důrazem na nízké náklady i spotřebu. Černobílé A4... Celý článek [zde](#)



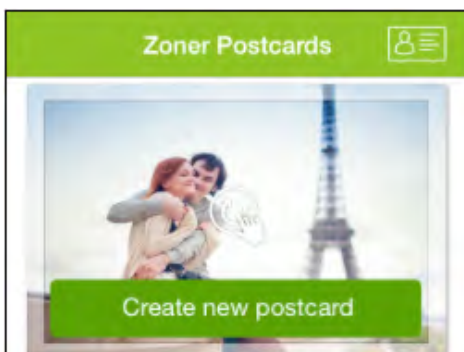
Caldera ohlašuje novou éru efektivitu výroby s Nexio Print

Producenti velkoplošných tisků nyní mohou využít nový nástroj Caldera Nexio pro zvýšení efektivity svého provozu... Celý článek [zde](#)



Zoner Pohlednice vstupují na platformu iOS

Česká aplikace Zoner Postcards z dílny brněnské firmy ZONER software umožňuje již téměř rok posílat papírové pohlednice do celého světa pomocí smartphonu... Celý článek [zde](#)



Antalis 45 Days

Na webu společnosti Antalis najdete další ze seriálů o práci s materiály z její nabídky. Aktuální díl se zabývá ofsetovým tiskem. Najdete tu tipy a doporučení co dělat... Celý článek [zde](#)

antalis TM
Just ask Antalis

Canon vstupuje na trh 3D tisku prostřednictvím distribuční dohody s 3D Systems pro Spojené království

Společnost Canon Europe, přední dodavatel řešení pro zpracování obrazu, oznámila distribuční dohodu se společností 3D Systems, která je předním světovým dodavatelem technologií pro 3D tisk. Na základě nové dohody bude Canon nabízet, prodávat a podporovat pokročilé průmyslové 3D tiskárny společnosti 3D Systems, a to včetně modelů řad... Celý článek [zde](#)

Canon

Přichází Color Optimizer

Řešení pro správu barev a úsporu inkoustu ve světě velkoplošného tisku představí společnost printMax na veletrhu Sign & Digital UK, který bude v termínu 24. - 26. března v Birminghamu. Uvidíte jak ovlivní tisk na strojích Mimaki a Roland. Color Optimizer byl již nějaký čas vyzkoušen a testován v obalovém... Celý článek [zde](#)



Samsung se spojil s Ikea

Obě společnosti se dohodly, že budou pracovat na vytvoření systému pro bezdrátově napájená zařízení, která lze nabíjet z netradičních energetických bodů. V návaznosti na informaci, která zazněla na Mobile... Celý článek [zde](#)



**MEZINÁRODNÍ
SOUTĚŽ O NEJLEPŠÍ
KALENDÁŘ ROKU**

www.typograficz.cz/soutez.html

PARTNÉŘI:

PaperlinX

HEIDELBERG

TISK01000.CZ
e-shop tisku

HLAVNÍ MEDIÁLNÍ PARTNÉŘI:

Typografia & Marketing Media

MEDIÁLNÍ PARTNÉŘI PRO SLOVENSKO:

CCPrintProgress noviny