

# NEWSLETTER

Signmaking • Polygrafie • POP/POS

reklama  
polygraf

# noviny

pre grafický priemysel

## Brands&Stores

Brands&Stores

08 / 2015



Jedním z faktorů, se kterým musí vojevůdce počítat, je nálada a morálka jeho armády. Známe motivační proslovy z časů antiky, rozhršení od všech hříchů před významnou bitvou, ale i příslib věčného blaženství pro džihádisty. Když se ukázalo, že náboženská motivace nestačí, nastoupila propaganda. Všechny tyto nástroje na zvednutí morálky a nálady jsou sice nutné, ale ne vždy účinné. Musí se prostě potkat čas, místo a energie, aby pak vytryskla mimořádná síla. Nesouvisí to ani s materiálními předpoklady, ani s teoretickými výpočty. Dobrá nálada je prostě dar z nebes a připravení ho dokáží využít. Podle průzkumu trhu Drupa Global Trends jsou teoretické předpoklady velmi nelichotivé. Marže v polygrafii se snižují, náklady rostou a pouze v USA byly tiskárny schopny ceny svých výstupů zvýšit. Nálada na trhu je ale dobrá a vládne optimismus jak mezi dodavateli, tak mezi tiskaři. Právě tyto okamžiky dokáží měnit historii. Víme, že již za necelý rok se otevrou brány nejvýznamnějšího polygrafického veletrhu drupa 2016 a dozvíme se, co se v nejbližších letech stane.

Nezapomínejme, že diverzifikace podnikání dává firmám větší stabilitu a u tiskařů logicky mnoho firem proniká do služeb v oblasti internetu a rozšířené reality. Užívejme hojnost slunce, kterým nás, doufám, léto obdaří a hodně přemýšlejme, aby naše strategická rozhodnutí byla správná i odvážná. Především správná, protože nedávno jsem viděl na digitální velkoplošné obrazovce reklamu poskytovatele tiskových služeb na tisk billboardů. Čo si vlastne Kefalín pod takým slovíčkom absurdný predstavujete?

František Kavecký

### Ospap jako tradiční česká značka je zpět

Známa česká značka OSPAP s téměř 60letou historií se vrací na trh. Zda natrvalo, či dočasně, závisí na rozhodnutí... Celý článek [zde](#)



### Canon zvyšuje podíl v barevných produkčních tiskárnách

zákazníkům z celé Evropy více než 1400 tiskáren řady imagePRESS C800. Objednávky na zařízení z této nové... Celý článek [zde](#)

### Když se spojí luxusní médium a RICOH

Každá novinka v polygrafii v sobě nese příležitost vytvořit zajímavé dílo. To se povedlo prvnímu majiteli nové... Celý článek [zde](#)



### ImageBond má protipožiarň certifikát

Spandex, všeobecný dodávateľ svetových značiek pre grafické riešenia oznámil, že všetky hličníkové kompozitné... Celý článek [zde](#)



### All-inclusive nabídka tiskáren Roland

Bitcon nabízí v rámci „All inclusive“ nabídky tiskáren Roland vybrané modely tiskáren s bohatou výbavou za výhodné ceny. V této mimořádné akci máte možnost... Celý článek [zde](#)

## bitcon

### MUTOH ValueJet 426UF získal ocenění EDP

Výrobce velkoformátových tiskáren, společnost MUTOH, získala prestižní ocenění od evropské digitální tiskové... Celý článek [zde](#)



### Epson na Reklamě Polygrafu ve firemních hokejových dresech

Ve dnech 12.–14. května 2015 se uskutečnil již 22. ročník mezinárodního veletrhu Reklama Polygraf, kde se... Celý článek [zde](#)



NOVÉ!

Avery Dennison  
Supreme Wrapping Film  
4 nové barvy:



Spandex SyndiCUT, s.r.o. Tel: +420 286 006 455 | Fax: +420 286 006 400  
Spandex, s.r.o. Tel: +421 2 3333 5555 | Fax: +421 2 3333 5500  
www.spandex.com



spandex

Leading Brands  
for Graphic Solutions

# Základem úspěchu je najít dobrý produkt

Na veletrhu Reklama Polygraf 2015 byl přítomen i ředitel marketingu skupiny Spandex Rob Karpenko. Využili jsme tuto příležitost a požádali ho o rozhovor, ve kterém zhodnotil současnou situaci na trhu a další vize společnosti.

## Co je pro úspěšného dodavatele to nejdůležitější?

Rob Karpenko: Mít dobrý produkt. Nestačí přijít jednou za čas s něčím zajímavým. Zákazník musí mít jistotu v kvalitě a stabilitě těch nejpoužívanějších materiálů, stejně jako u specialit. Sestavili jsme řadu samolepicích vinylových materiálů ImagePerfect, kde zákazník najde materiály pro krátkodobé, střednědobé i dlouhodobé aplikace. Nemusí hledat materiály, které se snadno řežou, dobře separují a aplikují. Po samolepicích vinylech jsou druhým nejpoužívanějším materiálem v signmakingu desky. Velmi pečlivě jsme sestavili naši řadu desek ImageBond, kde najde náš zákazník desky s nejlepším poměrem ceny a kvality.

Je pravda, že částečně konkurujeme těmito řadami i produktům našich dodavatelů, ale jako dodavatel musíme mít k špičkovým produktům i alternativní nabídku. Jak ImagePerfect tak ImageBond jsou materiály, které jsme velmi pečlivě vybírali tak, aby mohly vyhovět požadavkům všech zákazníků. Nesmíte zapomínat, že pro signmaking je důležité, aby desky byly i dobrým podkladem pro přímý tisk. Velký odběr však pro nás představuje ar-

chitektura a stavebnictví. Pojem vyhovět všem zákazníkům a pro všechny aplikace, tak dostává mnohem širší rozměr.

## Na co by se měli výrobci reklamy soustředit, kromě základních materiálů jako jsou fólie a desky?

Rob Karpenko: V posledních letech se hodně mluví o textilu. Teď se tento materiál stává klíčovým.

## Jak se daří Spandexu?

Rob Karpenko: Poslední léta jsou pro nás mimořádně úspěšná. Náš podíl na trhu stabilně roste a skupina investuje do akvizic dalších firem. Jenom v krátkosti bych zrekapituloval několik nákupů. V říjnu 2012 bylo schváleno konečné převzetí švýcarského distributora deskových materiálů společnosti LMV AG, čím se pro Švýcarsko plně otevřela nabídka desek z našeho portfolia. Velmi významná akvizice se uskutečnila v březnu 2013, kdy Spandex převzal italskou společnost Sanvido SRL. Je to jeden z největších evropských distributorů materiálů pro architekturu a interiérové dekorace. Od té doby se obrat Spandexu v této oblasti zvýšil o 200%. Dokážeme totiž dodat evropskému zákazníkovi zboží 3M do tří dnů. Úspěšné tažení pokračovalo v říjnu 2013 u protinožců, kdy Spandex získal australské distributory deskových materiálů a médií pro digitální tisk Qualsign a Plas Image. Září 2014 bylo datem akvizice španělského distributora firmy Polynorma a lis-

topad 2014 pak datem převzetí turecké firmy OTS. Zatím poslední akvizicí je nizozemská firma Proga Plastics z dubna 2015. Spandex si tak velmi vylepšil výsledky ve Španělsku, Turecku i Nizozemí.

## Hodně se mluví o nových trzích. Jak to vidíte vy?

Rob Karpenko: Pro Spandex se vždy jedná o strategické rozhodnutí. Hledáme partnery, investujeme do lidí a velmi pozorně sledujeme zpětnou vazbu. Možná jste jako odpověď na tuto otázku očekávali nějaké konkrétní nové odvětví, ale nejzajímavějším novým trhem se ukázaly „zelené“ produkty. Poptávka po ekologických řešeních i na klasickém signmakingovém trhu dokáže naše specialisty vytížit. Již dnes máme hodně zelených produktů, textilní materiály jsou téměř vesměs ekologickou náhradou PVC. Hledáme nová řešení společně s našimi klienty, protože odezva z trhu je velmi důležitým signálem a my chceme dokázat, že zažitá představa neplatí. V hlavě signmakerů se totiž usadila představa, že zelené řešení je dražší řešení. My jim chceme dokázat, že to není pravda. Stačí pracovat s polyesterem, volit inkousty na vodní bázi, vyhnout se ftalátům. Pracujeme na zelené certifikaci mnoha materiálů. Zelené řešení se Spandex snaží přinášet i v oblasti čisticích prostředků, kde najdete mnoho biologických komponentů.



## Spandex's acquisitions since 2012

### October 2012 LMV AG Switzerland

Distributor of rigid media selling full size and custom rigid sheets. Allowed Spandex to offer Swiss customers a rigid materials portfolio.



### March 2013 Sanvido SRL Italy

One of the largest European distributors of architectural finishes products. Sales of architectural and interior décor products across Spandex have since increased by 200%.



### October 2013 Qualsign and Plas Image Australia

Distributors of rigid materials and digital media in Perth and Sydney. Enabled Spandex to offer rigid materials to all Australian customers.



### September 2014 Polynorma Spain

Specialist supplier of equipment, materials and inks to signmakers and graphics producers. Spanish customers now access the widest portfolio of branded products on the market.



### November 2014 OTS Turkey

Specialist provider of signage and graphics hardware, consumables and support. Turkish customers now benefit from broader product choice, including ImagePerfect - Spandex's own brand of materials.



### April 2015 Proga Plastics The Netherlands

Supplier of rigid materials for graphics producers and sign shops with an 18-year heritage. Adds rigid media products and bespoke cutting capabilities to Spandex's portfolio in the Netherlands.



## Říjen 2015

3. ročník veletrhu eventových služeb

Více informací na: [cedikova@abf.cz](mailto:cedikova@abf.cz)



### Sdružení zasedalo

Dne 16. června 2015 proběhla v areálu firmy FERONA THYSSEN PLASTICS v Králově Dvoře pravidelná pracovní schůzka Sdružení dodavatelů pro signmaking. Jako hlavní téma tohoto setkání bylo hodnocení aktivit Sdružení v prvním pololetí letošního roku, zejména veletrh Reklama Polygraf, soutěž Duhový paprsek a workshop na téma Nové trendy využití materiálů v architektuře a designu. Dalším bodem jednání bylo odvolání Jana Williama Drnka z prezidia Sdružení, novým členem prezidia byl poté zvolen Milan Gregůrek ze společnosti Dencop Lighting. Zároveň byl J. W. Drnek jednohlasně přijat jako čestný člen Sdružení. V rámci běžné agendy bylo potvrzeno konání podzimní akce Den signmakingu v brněnské Richard Adam Gallery v říjnu tohoto roku. V rámci setkání se také uskutečnil další z řady odborných workshopů, tentokrát na téma Credit Management II, během kterého byla představena základní pravidla a principy, jak správně postupovat v oblasti Credit Managementu. Při závěrečné diskuzi si firmy vyměnily své praktické zkušenosti s touto problematikou.



## HLEDÁME do svého týmu kolegu na pozici

(velkoformátové tiskárny HP, řezací plotry SUMMA) Servisní technik bude mít na starosti region Čechy



## SERVISNÍ TECHNIK PRO TECHNOLOGIE

### Náplň práce:

- každodenní komunikace s klienty
- zajištění servisních oprav a instalace nových zařízení
- objednávky náhradních dílů
- vyřízení reklamací
- administrativní práce

### Benefity:

- nadstandardní platové ohodnocení v závislosti na výsledku
- služební auto (i k soukromým účelům), telefon a notebook
- týden dovolené navíc, penzijní připojištění, stravenky
- kariérní růst

### Požadavky:

- vzdělání - SŠ/VŠ
- zkušenost s mechanickou opravou velkoformátových tiskáren a řezacích plotrů výhodou (HW i SW)
- ochota pracovat v terénu (aktivní řidič)
- komunikativní znalost anglického jazyka (cesty do zahraničí)
- znalost práce na počítači (ONYX, WASATCH, Caldera)
- znalost tvorby ICC profilů výhodou

V případě zájmu kontaktujte: Jan Kopka, mobil: 00420 702 163 037, e-mail: jan.kopka@q4p-integart.cz



## MUTOH VALUEJET 426UF A3+ LED



<http://www.c-print.cz/eshop>

... nechte to na nás

### Nová řezačka bannerů a textilií u Ospapu

Společnost Ospap v rámci zkvalitnění komplexního klientského servisu rozšířila své portfolio strojů na další zpracování... Celý článek [zde](#)



### Fotostěna X-module na výjimečné výstavě Lega

Ve dnech 13. až 28. června probíhá v Praze výjimečná výstava Lega pod názvem KidsFest. Na ploše téměř 10 000... Celý článek [zde](#)

### 3D chalupy od Nestlé v Globusu

Společnost Nestlé v červnu a červenci podporuje prodej bonbónů všech značek. Činí tak pomocí soutěže... Celý článek [zde](#)



### Kampaň Parfumerie Douglas

Prezentační rolovací systémy společnosti Freeboard Rollbanner si pro svoji kampaň vybrala firma Parfumerie... Celý článek [zde](#)



### Májová regata podruhé pod křídly MORIS design

V Chorvatsku se konal další ročník tradiční Májové regaty, podruhé pod křídly MORIS design. Závodu se zúčastnilo... Celý článek [zde](#)



### Aktuální nabídka FTP

Společnost FERONA THYSSEN PLASTICS specializující se na plastové materiály pro reklamu, aktuálně nabízí ze svého... Celý článek [zde](#)

# Ohlédnutí za veletrhem očima studentů



Studenti Soukromé vyšší odborné školy umění a reklamy Orange Factory využívají veletrh Reklama Polygraf již řadu let jako součást své odborné přípravy. Jednak mají za úkol prezentovat svou školu na stánku, jednak si vyzkoušet pozici vystavovatelů na stáncích jiných firem.



První činnost, která na studenty čeká, je vymyslet propagaci veletrhu Reklama Polygraf. Jsou rozděleni do skupin a se svým propagačním předmětem a kampaní vyráží ze školy v Chodově přes celou Prahu do Letňan. Zde jsou redakčně neupravené zprávy a obrázky studentů ze skupiny: Petra Víšková, Vendula Haspeklová, Anežka Poupětová, Jindřich Chytráček, Petr Vaněk, Marek Boreš.

## Zpráva 1

Přes malou ranní zácpu jsme nakonec všichni úspěšně dorazili do školy, téměř včas. Posbírali jsme panely s čísly znázorňující odpočet do začátku veletrhu, a vyrazili do víru velkoměsta. První zastávka: Pražský hrad. První zastávka: první dobrovolník. Naše hodiny na dálku přitahovaly kolemjdoucí lidi. A když ne, přitáhli jsme se my k nim. Stejně jako v případě dalšího publičního umělce, který přímo pro nás zahrál vedle cedule Orange Factory na svou ochočenou pánev Wok.

Pražský hrad tedy již na začátku naší cesty určitě směr, kterým se začal ubírat celý den. Skupinky turistů se na nás nekontrolovatelně hrnly a my nestačili odpovídat na jejich všetečné otázky. Ptali se, fotili, natáčeli a z nás se na následujících pár hodin staly hvězdy rodinných alb rodičů Japonců. Po vytožené fotce ve strážních budkách jsme vyrazili k dalším položkám trasy. Malostranské náměstí, Lennonova zeď, Kampa, Karlův most. Vyhledávali jsme místa s největším počtem turistů. Zaprvé, abychom oslovili nejvíce lidí a zadruhé, abychom měli záběry s plynoucími davy pro naše video. Ano, bude video. Těšte se. Staromák a Václavák. Cílová stanice naší pouti po Praze. Sprátení s průvodci na segwayích, kteří do jednoho nechtěli a nemohli chybět na našich záběrech, sem tam překvapení policisté... To když jim za zády začala houkat naše siréna. Bavili jsme se, snad se bavili i ostatní. Bylo nás slyšet a bylo nás vidět. Kéž by alespoň část pobavená našimi vystoupeními byla oslovena natočím, aby dorazila i na veletrh. Budeme se těšit.



## Zpráva 2

Ranní sraz ve škole se trochu protáhl, poněvadž se pár spolužáků opozdilo. Jízda v MHD je totiž přežitkem moderní doby, jemuž kovaní motoristé poněkud nehodují. Jakmile jsme všichni vyrazili, „Projekt hodiny“ si začal žít vlastním životem. Přitahoval náhodné i nehodné kolemjdoucí a nutil je k dotazům, co a kde se plánuje. Metro nás bylo plné, na zastávce u Letňan se nám dnes podařilo nalákat pár kolemjdoucích. Těšíme se na zítřek.

## Zpráva 3

První den bylo hlavním úkolem propagovat dvě akce, které se dnes konaly. První z nich bylo vyhlášení výsledků soutěže Kalendář roku. Druhou akcí bylo předávání cen za 3D reklamu. V průběhu dne naše skupina propagovala tyto dvě akce, ke kterým jsme oznamovali začáteční čas, jenž byl návštěvníkům velice vhod. Naše skupina se těchto akcí účastnila s velkým nad-



šením. Sami účastníci veletrhu byli naší prezentací dožadováni a nebáli se u nás informovat o dalších podrobnostech. Den druhý byl ve znamení přednášek. Jedna střídala druhou. První byla o kalibraci barev Pantone. Vzali jsme si poučení z předešlého dne - daleko pečlivěji jsme udávali časové údaje o zmíněných přednáškách. Hodiny neúprosně odbíjely a náš čas se pomalu chýlil ke konci.

# Durst Water Technology – (r)evoluce v polygrafii

Společnost Durst, lídr v oblasti digitálního velkoformátového tisku, přichází s novou převratnou technologií založenou na vodní bázi, která poskytuje ekologické výstupy v ofsetové kvalitě.

Jedním z vrcholů veletrhu velkoformátového tisku FESPA 2015 v Kolíně nad Rýnem bylo představení tiskárny Rho WT 250 HS využívající Durst Water Technology. Všechny návštěvníky ohromila vysokou kvalitou tisku a použitím ekologických inkoustů na vodní bázi.

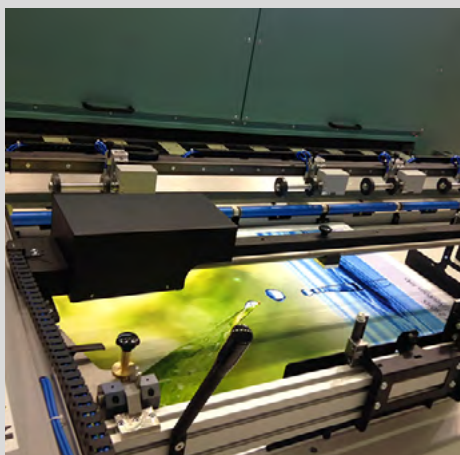
Dlohodobá strategie Durstu klade velký důraz na udržitelný rozvoj a ochranu životního prostředí. Jejím cílem bylo uvést na trh alternativu k UV vytvrditelným nebo ředitelovým inkoustům. Vývoj trval déle než dva roky a jeho výsledkem je nová kategorie strojů Rho WT 250, využívající inkousty na vodní bázi k produkčnímu tisku na širokou řadu různorodých pevných i flexibilních, archových i rolových materiálů. Výtisky neobsahují toxické prvky a jsou zcela bez zápachu.

## Zrodila se Durst Water Technology

Durst ve svých digitálních tiskárnách používá mnoho různých typů UV vytvrditelných inkoustů dle typu aplikace. Nové vodou ředitelné inkousty jsou výsledkem několikaletého vývoje navazujícího na další technologie firmy Durst, přínášejí však zásadní změnu. Vodní technologie, anglicky Water Technology (WT), je přelomovou inovací ve světě velkoformátového digitálního tisku. Umožňuje oslovit oblasti trhu, kde je vyžadována špičková tisková kvalita, vysoká produktivita a zároveň ekologický přístup. Využití najde zejména u aplikací v obalovém či potravinářském průmyslu při výrobě displejů a u aplikací do interiéru.

## „Vodník“ Rho WT 250 HS

Tiskárna Rho WT 250 HS kombinuje ofsetovou kvalitu tisku (rozlišení 1000 dpi) s velkou odolností. V nových vodních inkoustech se spojí výhody UV reaktivních molekul – jejich přilnavost, odolnost a síla – s pozitivy molekul vody, které jsou flexibilní, bez zápachu a s malou migrací. Inkoustová vrstva je také výrazně tenčí, než u UV inkoustů.



Rho WT „vodník“ používá systém tiskových hlav Durst Quadro Array 10 WM s velikostí kapky 10 pl a šest barevných kanálů. Nabízí stejnou produktivitu jako tiskárna Durst Rho 250 HS. Součástí systému WT je sušící jednotka zajišťující dokonalé odpaření vody obsažené v inkoustu. Durst WT je vhodný k potisku vlnité lepenky, kartonu, PVC desek, fólií, papíru, dřeva i bannerů. Vzhledem k očekávaným legislativním změnám v EU bude v příštích letech kladen stále větší důraz na využívání ekologických materiálů a technologií.

## Ekologická polygrafická (r)evoluce

Durst WT řešení navazuje na velmi dobré zkušenosti s disperzními vodou ředitelnými inkousty používanými od roku 2010 v textilních tiskárnách Durst Rhotex. V příští dekádě trh očekává velké změny. Stejně jako v automobilovém průmyslu, kde se bude zvyšovat podíl elektromobilů, nastane i v oblasti velkoformátového digitálního tisku expanze vodou ředitelné ekologické technologie do oblasti ofsetového tisku. Svou roli bude hrát ochrana zdraví a bezpečnosti, stejně jako snaha minimalizovat uvolňování těžkých látek, škodlivých emisí nebo nepříjemných výparů. Tak jako před několika lety vstoupil na trh dominantního solventního tisku UV digitální tisk, můžeme nyní vnímat Durst WT jako prvního emisara „ekologické polygrafické (r)evoluce“, což nám během výstavy potvrdila většina odborníků na tyto technologie.

## Chcete se seznámit?

Společnost HSW Signall, která u nás značku Durst zastupuje, plánuje předvedení tiskárny a zákaznické demo testy v centrále Durstu v Lienzi. Pokud máte zájem o bližší informace o vodou ředitelné technologii, vzorky, testy nebo kalkulaci návratnosti, kontaktujte našeho zástupce na [david.hlavac@hsw.cz](mailto:david.hlavac@hsw.cz).

Novinka bude rovněž představena na konferenci v rámci třetího česko-slovenského obalového kongresu OBALKO, který se uskuteční 22.–23. října v Praze. V případě vašeho zájmu o účast na kongresu navštivte [www.obalko.cz](http://www.obalko.cz)

## Základní charakteristiky nových vodou ředitelných inkoustů Durst:

- vysoká obrazová kvalita, kresebnost a hloubka (výtisky vypadají jako tisky z ofsetové tiskárny a jsou na omak stejné)
- jsou zcela bez zápachu
- v návaznosti na typ potiskovaného materiálu mají velmi malý nárůst tiskového bodu (jsou stabilní, drží tvar a velikost)
- splňují náročné a přísné zdravotní a bezpečnostní normy
- výrazně omezují migraci částic (zásadní především pro obaly v potravinářském průmyslu)
- umožňují potiskovat velmi širokou škálu materiálů včetně nenásákových
- respektují vlastnosti povrchu materiálu

## 10 nejfrekventovanějších aplikací:

- obaly
- displeje v místech prodeje (POP & POS)
- tapety, plátna, textilní interiérové dekorace
- bannery
- plakáty
- backlitly nebo CLV
- grafiky na dopravní prostředky
- okenní grafika
- podlahová grafika
- fotografie
- textil

*Pozn.: Více než 50% stávajících aplikací velkoformátového tisku je vhodných pro technologii Durst WT.*

## Základní technické informace o Rho WT 250 HS:

- tiskové hlavy Durst Quadro Array 10 s velikostí kapky 10 pl
- rozlišení 1000 dpi
- součástí stroje je sušící jednotka, která kombinuje infračervené a UV sušení
- barvy volitelně CMYK nebo CMYKLCm
- rychlost tisku až 400 m<sup>2</sup>/hod
- max. tisková šířka 250 cm (délka neomezená – nekonečný pás)
- max. tlouška potiskovaných materiálů 40 mm (volitelně až 70 mm)
- speciální úprava pro potisk kartonu a lepenky

# NOVÉ MUZEUM KNIHTISKU V PLZNI



**Muzeum knihtisku v Plzni vzniklo především zásluhou jednoho muže. Tím je Ota Rubner, majitel vydavatelství a tiskárny NAVA, který jako vyučený sazeč pracuje v tiskárně od 15 let. Zvolit Plzeň za sídlo muzea knihtisku má své opodstatnění. Právě ona se totiž stala prvním místem, kde vyšla v roce 1476 první kniha tištěná na českém území. Byla to takzvaná Arnoštova statuta a Plzeň s několika tiskařskými dílnami se stala v 15. století vzdělanostním centrem.**

Partnerem projektu je Západočeské muzeum, Západočeská univerzita a Svaz polygrafických podnikatelů. Muzeum vzniklo naproti zimnímu stadionu v nové patrové budově v prvním patře tiskárny z roku 1911. Z jeho místnosti je vidět do výrobních prostor firmy NAVA, kde se vyrábějí knihy, časopisy a letáky. Stavbu za 15 milionů

korun podpoří z 80 procent evropský program ROP Jihozápad. Další miliony korun na pořízení dalších tiskařských strojů vložila do muzea skupina NAVA, která v Plzni funguje od roku 1990 a zaměstnává 55 lidí. Otevřeno je od pondělí do soboty, ve všední dny od 9 hodin do 16 hodin, v sobotu pak od 10 do 14 hodin a lidé si také mohou zajistit rezervaci na internetu.

## Co uvidíte?

V úvodu jsme označili majitele tiskárny NAVA Otou Rubnera za člověka, díky kterému muzeum mohlo vzniknout. Exponáty jsou k dispozici díky jeho rozhodnutí. Ten totiž v době, kdy se tiskárna převáděla na ofset, rozhodl o ponechání a zakonzervování starých technologií. Ty jsou pak postupně doplňovány o nové zajímavosti. Raritou je například 100 let staré sazečské hnízdo a americký tiskařský stroj Intertype z roku 1928. Všechna zařízení jsou majetkem muzea a stále fungují. Muzeum chce ještě získat například razicí stroj Heidelberg Cylinder, který se z Plzně dostal do Německa. Nechá si také vyrobit repliku knihtiskového dřevěného lisu.

Je tu i provozuschopný knihtiskový rychlolis Viktorka 1820 ze sedmdesátých let a také příklopné knihtiskařské stroje i šicí stroje na zpracování vazeb. Národní technické a Západočeské muzeum sem budou zapůjčovat stroje a knihy z depozitu. Vystaveny jsou i tři makety



velmi starých prvotisků. Návštěvník získá přehled o knihtiskové tvorbě od ruční sazby přes strojní řádkovou až po monotyp a knihy z plzeňských tiskáren. Součástí prohlídky je i možnost nahlédnout oknem v prvním patře do moderního ofsetového provozu tiskárny NAVA.

K dispozici je také audiovizuální centrum, které poslouží k rozšíření informačních a vzdělávacích možností muzea.

## Významný počín

Otevření Muzea knihtisku a knihy je významným kulturním počinem. Kniha je po dlouhá staletí chápána jako nositel vzdělání a plzeňské muzeum se zařadilo k nemnoha institucím, které historii knihtisku zpřístupňují. Mezi které také patří Národní technické muzeum a expozice knihtisku ve vimperském muzeu, nejvýznamnější je pak Gutenbergovo muzeum v Mohuči.

## POPAI NEWS



### Proč design?

Jaký je skutečný význam designu v marketingové komunikaci? Jak design pomáhá zadavatelům reklamy posílit značku a zvyšovat její hodnotu? Vyplatí se do něj investovat? Na tyto otázky odpověděl seminář POPAI CE, který se prostřednictvím prezentujících osobností z oblasti designu exkluzivně věnoval aktuální roli designu a představil konkrétní příklady, jak design jako účinný komunikační nástroj dokáže přiblížit značku spotřebitelům.

Design není luxus, jeho posláním je, aby člověku bylo líp. „Pojem design je v České republice někdy chápán pejorativně,“ zdůraznil v úvodu semináře Petr Šimek, garant a moderátor akce. Design bývá nesprávně vnímán jako něco, co není potřeba, co je drahé a jehož tvorba trvá příliš dlouho. Bývá také mylně považován za dekoraci. Design ve skutečnosti funguje jako důležitý marketingový a komunikační prostředek, který plní funkce, cíle, řeší dané problémy: výrazně přispívá ke zviditelnění produktu a značky, pomáhá prodávat, odlišit se. Design hraje významnou roli v prodejních místech - lidé více nakupují tam, kde se cítí dobře. To potvrdil i výzkum agentury



WELLEN, který zkoumal názory a chování zákazníků největších retailových řetězců v Česku na vzorku 1045 lidí. Na základě výsledků bylo zjištěno, že cena není pro zákazníky to nejdůležitější, důležitá je také kvalita, a to i kvalita nákupního místa. Zákazníci chodí tam, kde se jim dobře nakupuje a naopak. Velmi důležitá je i komunikační funkce designu. Jedná se o velmi efektivní způsob, jakým můžeme zákazníka oslovit. Výsledkem všeho je pak souhra designu a značky. Tyto dvě součásti spolu musí bezpodmínečně spolupracovat. „Abychom pochopili, co dobrý design je, musíme ho používat, protože jinak nikdy nepoznáme, k čemu slouží a co od něj můžeme očekávat.“

Celý článek je na:

<http://www.popai.cz/d-2-21-400/Proc-design-.aspx>

### Obchodní řetězec Globus vstupuje do POPAI CE

Novým členem asociace POPAI CENTRAL EUROPE se stala společnost Globus ČR, k.s., která v současné době provozuje v České republice 15 hypermarketů Globus a 3 samostatné Baumarkty.

Globus byl historicky prvním hypermarketem, který byl otevřen na našem území. Tento německý maloobchodní řetězec, který působí v Německu i v zahraničí, letos slaví 50 let své existence. Vstup tohoto významného obchodního řetězce do POPAI je důležitým krokem k posílení již existující komunikační platformy POPAI CE, kde se setkávají zástupci retailu, výrobců POP materiálů a zadavatelů v rámci akcí a projektů, které POPAI pořádá. Zásadním projektem pro podporu spolupráce výrobců značkových produktů a zástupců maloobchodu je sekce nazvaná Klub zadavatelů POPAI CE.

Asociace POPAI CENTRAL EUROPE patří mezi dynamicky se rozvíjející pobočky světové sítě POPAI a v současnosti sdružuje 73 členů, kterými jsou přední společnosti a osobnosti působící v oblasti in-store komunikace a retail marketingu.



## JEDEN STROJ NEKONEČNĚ MOŽNOSTÍ

- *opracování rozličných materiálů*
- *packaging • sampling*
- *signmaking • industriální*



www.ospap.cz

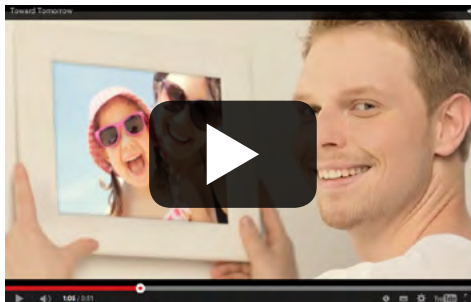
### Spandex zajistil fólie pro polep závodního speciálu

Sportovní vůz Ginetta G55 GT, který v roce 2015 jezdí ve třídě G4 v soutěži British GT Championship, dostal díky společnosti Spandex svůj vzhled. Na jeho povrchu... Celý článek [zde](#)



### Epson oslaví 40. výročí

Seiko Epson Corporation si 12. června 2015 připomene 40. výročí značky Epson, kterou firma používá na řadu svých produktů a služeb. Kořeny společnosti sahají do roku 1942. Tehdy se firma Daiwa Kogyo věnovala... Celý článek [zde](#)



### Reklamní tisky dostávají druhý život

Projekt německé firmy ProFactory přináší zajímavé využití materiálů z reklamních tisků po skončení jejich aplikace. PVC je prakticky nezničitelný materiál, a tak... Celý článek [zde](#)



### OKI konsoliduje regionální strukturu

Miroslav Tyburec v OKI nově řídí region s více než 40 státy. Generální ředitel OKI v ČR a SR se stal také regionálním viceprezidentem pro nově vytvořený východní region... Celý článek [zde](#)



### Královská světelná reklama i bez elektřiny

Oboustranný reklamní poutač pro vkládání grafiky o formátu A1 z nabídky společnosti REX patří k ojedinělým mobilním reklamním prostředkům. Je totiž vybaven... Celý článek [zde](#)



### Desáté výročí digitálních zrcadlovek EOS 5D

Společnost Canon slaví desáté výročí své ikonické modelové série digitálních zrcadlovek EOS 5D. První fotoaparát této řady, model EOS 5D, uvedla společnost Canon... Celý článek [zde](#)



### Fujifilm uvádí inkousty Uvijet OW

UV inkousty Uvijet OW byly představeny na veletrhu FESPA 2015. Jsou určeny pro tiskárny Inca Onset a mají lepší adhezni vlastnosti, než předchozí generace. Mohou tak být použity pro širší paletu deskových... Celý článek [zde](#)



### Přemýšleli jste někdy nad dárcovstvím orgánů?

Pokud ne, tak se vás argentinská reklamní agentura BBD Worldwide bude snažit k tomu přivést. Dojímavé video o pejskovi, který..., stačí kliknout a dovíte se... Celý článek [zde](#)



**VINK**

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

[www.vink.cz](http://www.vink.cz)

VINK-Plasty s.r.o. | VGP Park Horní Počernice | F. V. Veselého 2635/15, 193 00 Praha 9 | tel.: +420 222 264 040/041 | e-mail: praha@vink.cz  
| Kaštanová 667/141d, 617 00 Brno | tel.: +420 515 556 160/161 | e-mail: brno@vink.cz