

# SIGN INVENT!ON

## newsletter

12/2018

Signmaking • Polygrafie • POP/POS



### Brands&Stores

Brands&Stores



www.reklama-fair.cz



Krátké dny a dlouhé noci by se na první pohled mohly zdát jako nepříjemné období. Vánoční světla, která se rozsvěčují kolem nás, ale temnotu rozhání a dávají nám příležitost vychutnat si teplo. Teplo domova, svařeného vína, čaje či punče, které spolu s typickou vůní vstupuje do mysli člověka a ten se rychle poddává sentimentální náladě. Rok se zase schází s rokem a my můžeme s potěšením konstatovat, že ten rok 2018, který pomalu odchází, byl jedním z těch lepších. Co přinese ten příští? Určitě více zajímavých směrů, kam se může signmaking a digitální tisk posunout – obaly, textil, interiérové dekorace a také stále více kooperace s ofsetovým tiskem. Chci vám popřát hezké Vánoce, hodně pohody a klidu. Aby vám cinkalo více zvonečků na stromečku než zpráv z messengeru. Abyste mezi dárky našli nejenom to co potřebujete, ale i důkazy lásky a semknutosti. Tím myslím i ten širší okruh přátel, protože i když se člověk snaží pro svou manželku a děti vytvořit tu nejúžasnější atmosféru, dětská upřímnost vás někdy tvrdě vyvede z omylu. Sousedova pětiletá dcerka nám totiž připomněla pro ni zajímavý zážitek z loňských Vánoc. Zeptala se: „Francku, budeš i letos schovávat náš stromeček u sebe jako vloni?“

František Kavecký

### Tisky z HP Latex R1000 v novém vzorníku

Nový vzorník navazuje na dlouholetou spolupráci společnosti HP a HSW Signall. Potištěné vzorky ukazují... Celý článek [zde](#)



### Tiskněte ekonomicky do šířky 3,2m s Efi Pro 32r

Firma efi uvedla na trh novou UV rolovou tiskárnu Efi Pro 32r s tiskovou šířkou 3,2m a LED vytvrzováním inkoustu... Celý článek [zde](#)



### Opravdový velkoformát od Bitconu

Stroj SMARTJet 320 DE je robustní produkční ekosolventní tiskárna s max. pracovní šíří 325 cm, která díky... Celý článek [zde](#)



### Papyrus Bohemia prezentuje přehled signmakingu pro 2019

Divize Viscom vydala nový katalog produktové skupiny SIGNMAKING pro rok 2019, obsahující materiály na výrobu reklamy... Celý článek [zde](#)

### Summa F Series a novinky za rok 2018

Společnost Summa se stále vyvíjí a snaží se plnit potřeby zákazníků. V roce 2018 bylo představeno mnoho novinek... Celý článek [zde](#)



## REKLAMA POLYGRAF 9.-11. 4. 2019

### jedna tiskárna jeden inkoust pro všechny aplikace

přijďte se přesvědčit do našeho showroomu více na [techno@hsw.cz](mailto:techno@hsw.cz)



### Mimaki UCJV 150 / 300 – 160

UV LED tiskárna nové generace  
Okamžité suché výstupy bez nutnosti laminování  
Technologie Print & Cut s využitím čárových kódů  
Potiskuje také speciální materiály a materiály bez coatingu  
Flexibilní inkoust, který nepraská při ohýbání a skladání  
Tisk bílou a použití light barev  
Atraktivní cena a litrové inkousty pro ekonomicky výhodný tisk



Spandex SyndiCUT, s.r.o. Tel: +420 286 006 455 | e-mail: [objednavky.cz@spandex.com](mailto:objednavky.cz@spandex.com)  
Spandex, s.r.o. Tel: +421 2 3333 5555 | e-mail: [objednavky.sk@spandex.com](mailto:objednavky.sk@spandex.com)  
[www.spandex.com](http://www.spandex.com)

Spandex | Leading Brands for Graphic Solutions

# První HP Latex R 1000 ve východní Evropě je v Praze

Showroom společnosti HSW Signall se stal místem první instalace tiskárny HP Latex R 1000 ve východní Evropě. V říjnu letošního roku jste se tu s touto horkou novinkou mohli blíže seznámit. Byli jsme u této události, takže vám přinášíme reportáž z první ruky.

Latexová technologie si ve světě velkoformátového digitálního tisku získala silné postavení a uvedením hybridních modelů pro potisk deskových materiálů své úspěšné tažení určitě ještě zdynamizuje. Nabízí totiž jednoznačné výhody, které ji činí velmi zajímavou pro mnoho aplikací. Na světě je zatím nainstalováno více než 50 000 tiskáren s technologií HP Latex a díky nové řadě HP Latex R se tento počet určitě rychle zvýší. Z prezentací jsem si přinesl asi 15 stran formátu A5 podrobných poznámek. Když jsem se rozmýšlel, jak tento článek uchopit, měl jsem možnost vybrat si mezi sepsáním malé technické brožúrky, nebo se snažit vytáhnout podstatná fakta. Zvolil jsem druhou možnost. Poznámky jsem dal stranou a vzal si papír, kde jsem sepsal to, co jsem si zapamatoval. Byly to tyto body: univerzálnost řešení, mimořádné vlastnosti latexových tisků, důležité certifikáty, neuvěřitelný gamut, přívětivost obsluhy a fascinující bílá. Začneme tedy univerzálností. Jeden stroj, jeden inkoust, všechny aplikace UV inkousty nejsou vhodné pro každou aplikaci. Výrobci proto nabízejí několik druhů inkoustů. Canon/Fujifilm a Mi-

maki jich mají v nabídce až 5. Jetrix, Durst, Agfa a Efi mají v portfoliu 3 druhy inkoustů. Dobře je na tom z hlediska univerzálnosti inkoustů kupříkladu swissQprint, kde si můžete zvolit ze dvou druhů. Pouze u tiskáren HP Latex R si vystačíte s jediným druhem inkoustu. To znamená, že nemusíte volit mezi dvěma stroji (do kterých jste

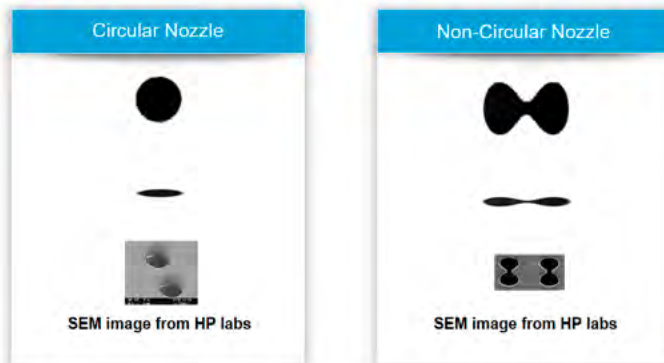
Tiskárnu HP Latex R 1000 si můžete nechat předvést v pražském showroomu společnosti HSW Signall



investovali nemalé peníze), nebo vyměnit typ inkoustu v tiskárně. Tato operace je spojena se ztrátou inkoustů, času a rizikem pro tiskové hlavy. Tiskárny HP Latex R tedy potisknou samolepicí fólie, desky, materiál pro tepelné tváření, kámen, dřevo, sklo i kov. Pro potisk skla a nešetřeného kovového povrchu se doporučuje aplikovat primer a potisknuté dřevo se doporučuje lakovat. Roman Barba, large-format printing and applications manager společnosti HP ve své prezentaci zdůraznil: „Co je pro naše zákazníky důležité? Tiskárny řady HP Latex R jsou ideální řešení pro kampaně, kde se potiskuje několik druhů materiálů. Lze tu totiž velmi snadno dosáhnout stejnou barevnost na škále různých médií. Pro projekty redesignu obchodních prostor, interiérového designu či ve výstavnictví je to obrovská výhoda. To je jeden z hlavních důvodů, proč tato technologie oslovila i velké firmy poskytující tiskové služby.“

## HP 886 Latex R-Series Printhead Innovations

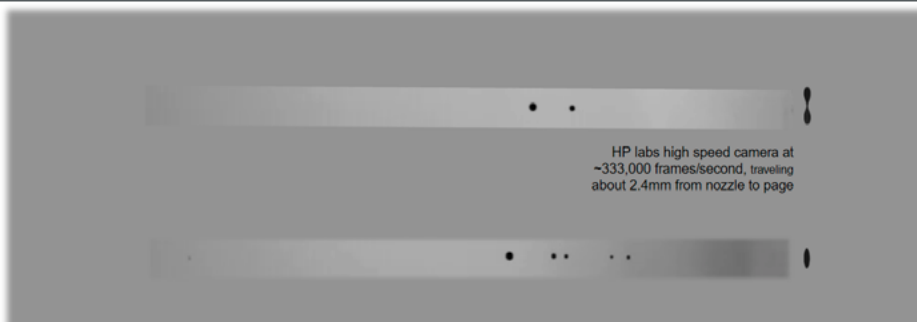
Improved ink drop control



## HP 886 Latex R-Series Printhead Innovations

Improved ink drop control = precision

New non-circular nozzle architecture produces improved drop shape, directionality, and fewer satellites



Nové hlavy nemají kruhový průřez trysek. Inovativní konstrukce omezuje tvorbu satelitních kapek.





Ukázka opacity bílého inkoustu. Grafika má z rubové strany modrou barvu

hranici mezi potištěným a nepotištěným povrchem. Grafika nemá „trávníkový“ efekt a pro lesklý povrch nemusí být laminována, jako u UV tisků. Zkrátka platí, že tisk si zachovává vzhled podkladu. Na lesklé fólii budete mít lesklý tisk, na matné matnou grafiku. Potištěním metalické fólie nebo kovu můžete získat zajímavý kovově lesklý efekt.

### Další zpracování

Latexové tisky netrpí zásadní chorobou UV technologie – křehkostí. Vrstva inkoustů zůstává pružná, takže potištěné materiály můžete směle ohýbat a ořezávat. Na lomu nepraskají a snesou i velké deformace. Velmi úspěšně se daří tisky následně tepelně tvářet. Fascinující ukázkou byla deformace a následné navrácení tisku do původního stavu v případě materiálů pro polep aut. Carwrappingovou potištěnou fólii měl Roman Barba nataženou na rámu a po nahřátí horkovzdušnou pistolí ji vytlačil do „kolečku“ vysokého asi 20 cm. Následně se fólie pod působením tepla vrátila do původního rozměru a grafika zůstala nepoškozena.

### Zdravotní certifikáty

Latexová technologie boduje na trhu svými zdravotními a ekologickými certifikáty. Lze ji použít u aplikací do prostor, kde se zdržují děti. Tisky se využívají také ve zdravotnických zařízeních a s oblibou i v domácnostech. Udržitelnost produkce je ostatně důležitá pro stále více zadavatelů.

### Fascinující bílá

„Složení bílého latexového inkoustu poskytuje možnost pracovat s bílou barvou, která je nejbělejší na trhu a navíc časem nemění svou bělost,“ zdůraznil Roman Barba. „Všechny stávající bílé UV barvy mají jemný odstín žluté a časem stále více žloutnou.“ Latexová technologie přináší možnost pracovat s lesklou bílou, co jen posiluje kreativní možnosti. Zásadní roli v receptuře bílé barvy pro tiskárny HP Latex R hraje TiO<sub>2</sub>. Oxid titaničitý zajišťuje stabilitu bělosti v celém život-



Takto vypadá potisk na strukturované tapetě s korkovou drti

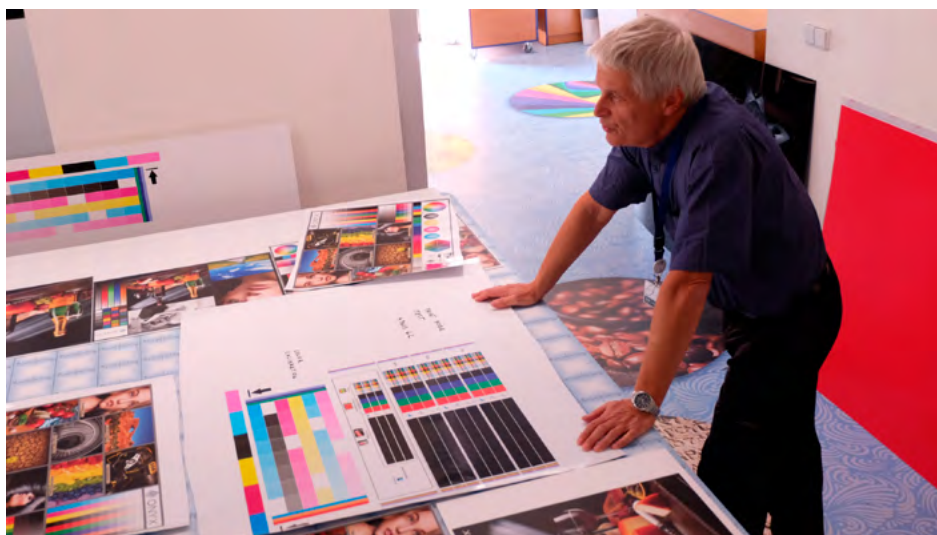


Latexová technologie jako jediná umožní získat lesklou bílou plochu

ním cyklu grafiky. Inkoust mají vysokou opacitu, což umožňuje celou řadu kreativních aplikací. „Používání bílé barvy u UV tiskáren je náročné na údržbu i správný provoz,“ zdůrazňuje Václav Poselt, technický specialista společnosti HSW Signall. „Ve srovnání s tím je využívání bílé barvy u latexových tiskáren mnohem pohodlnější. Možnost vyjmutí tiskových hlav pro bílou barvu a umístění je do rotační komory je velmi praktická. Odložené tiskové hlavy jsou ve 20-ti minutovém cyklu rozpořbovány, takže se zabráni sedimentaci inkoustu a možnému poškození samotné hlavy. Ta je u latexových tiskáren ostatně stejně braná jako spotřební materiál.“

### Zkušenosti z testů

„Tiskárna HP Latex R 1000 se ukázala, stejně jako všechny dosavadní modely HP Latex, velmi přívětivá k obsluze,“ konstatuje David Mankovický z oddělení technologií společnosti HSW Signall. „Ovládací doteková obrazovka je umístěna na obou stranách tiskárny, takže tiskař ji má vždycky snadno dostupnou. Tisky jsou dobře odolné vůči mechanickému namáhání jak na rolových, tak na deskových materiálech. Všichni zájemci si mohou tiskárnu nechat předvést v našem showroomu a vyzkoušet aplikace, které je zajímaví.“  
Prezentaci si můžete domluvit na adrese [david.mankovicky@hsw.cz](mailto:david.mankovicky@hsw.cz).



Technický specialista společnosti HSW Signall Václav Poselt prezentuje výsledky tiskových testů



# Zažiarit' v nových farbách vôbec nemusí byť problém

V ústrety milovníkom zaujímavého dizajnu štvorkolesových tátošov vyšla spoločnosť Spandex, dodávateľ inovatívnych riešení pre signmaking, grafický a displejový reklamný priemysel. Novinky, určené na polep áut a v reklame, doslova potešia oči.

Do svojho portfólia Spandex pridal nové farby pri fóliách značiek 3M a Avery Dennison pre polep vozidiel a pri metallickej fólii vlastnej značky ImagePerfect. Spoločnosť rozšírila sortiment o nové farebné odtiene 3M pri farebných fóliách, ktoré sú určené na polep vozidiel o štyri nové farby: satin flip psychedelic, gloss flip ghost pearl, matt shadow military green, ako aj o novú zrkadlovú fóliu s chrómovým efektom. Všetky farby sú k dispozícii v šírke 152,4 cm. Nová edícia obsahuje technológiu 3M Controltac a 3M microComply, ktorá minimalizuje počiatkový kontakt lepidla s povrchom, a tak umožňuje repozíciu grafiky počas aplikácie. Výsledkom je jednoduchá aplikácia veľkých formátov v širokom teplotnom rozsahu. 3M microComply používa vzduchové kanáliky, čo umožňuje rýchlu a jednoduchú bezbublínkovú aplikáciu grafiky.

## Reagujú na dopyt na trhu

Filozofiu spoločnosti výstižne zhrnul Boris Podlucký, generálny manažér Spandex EE. „Aplikátori polepov hľadajú vždy nové spôsoby, ako dať vyniknúť svojim vozidlám a tieto nové fólie ukazujú, že spoločnosť 3M chápe požiadavky priemyslu na nové povrchy a farby,“ vysvetlil skúsený manažér. Dodal, že najnovšie prírastky radu 3M 1080 rozširujú sortiment na viac ako 100 rôznych povrchových úprav. Podľa jeho slov tak majú zákazníci, ktorí hľadajú inovatívne riešenie, vynikajúcu voľbu. Spandex tiež uvádza šesť nových farieb značky Avery Dennison série Supreme Wrapping Film (SWF), určené na zmenu farby vozidiel. Nové farby v sérii SWF zahŕňajú: gloss sand sparkle, gloss rock grey, matte olive green, satin dark basalt, gloss pearl white



snow a satin safari gold. Všetky nové farebné prevedenia sú k dispozícii v šírke 152,4 cm.

## Aplikácia bez bubliniek

Nejde len o farby, treba ich aj primerane naniesť. Nová edícia farieb Avery Dennison obsahuje lepidlo s technológiou Easy Apply RS. Toto lepidlo umožňuje rýchlejšie umiestnenie (repozíciu) a bezbublínkovú aplikáciu, a tiež sa dá po dlhšom čase používania ľahko odstrániť. V porovnaní so štandardným permanentným lepidlom technológia Easy Apply RS umožňuje časovo efektívnejšiu aplikáciu s ušetrením času až do 25 %. „Avery Dennison má širokú škálu produktov, ktoré zahŕňajú rôzne povrchové úpravy a efekty. Šesť nových doplnkov ďalej posilňuje pozíciu Avery Dennison a rozširuje ponuku Supreme Wrapping fólií na viac ako 100 farieb a povrchových úprav a ponúka zákazníkovi veľa možností, pokiaľ ide o dekoratívne fó-

lie na polep vozidiel,“ povedal Peter Ščasný, produktový manažér Spandex EE.

## Trendové metalické fólie

Byť „trendy“ už bude oveľa jednoduchšie. Okrem spomínaných produktov Spandex totiž uviedol do svojho portfólia dve novinky z vlastného radu metalických fólií. ImagePerfect 6500 vo farbe Rose Gold je k dispozícii v dvoch prevedeniach: zrkadlový a brúsený povrch. Pridanie novej farby dopĺňa existujúcu ponuku zrkadlových fólií a fólií s brúseným efektom v zlatej a striebornej. Nová fólia Rose Gold vytvára moderný špičkový dizajn, ideálny pre použitie v architektúre a na reklamných nosičoch. Predovšetkým ide o aplikácie v obchodných priestoroch, reštauráciách, kluboch a iných komerčných priestoroch. Obe nové fólie majú šírku 122 cm a 3-ročnú exteriérovú trvanlivosť. Sú vhodné pre aplikáciu na ploché, alebo mierne zakrivené povrchy. Dajú sa zakúpiť v množstve už od 1 bežného metra.



# KALENDÁŘ 2019 SOUTĚŽ PŘÍBĚHŮ A UMĚNÍ

**Uzávěrka přihlášek**  
**22. 2. 2019**

Kalendář může být opravdovým uměleckým dílem a velmi působivou formou prezentace, může být ukázkou umu tiskaře, který ho vyrobil. Také ale může být silným lidským příběhem, který stál u jeho zrodu. Soutěž o ten nejhezčí je soutěží příběhů, umění i poctivého řemesla. Kdo bude nejlepší?

**Nebojte se zviditelnit!**

#### Příjem kalendářů

M.I.P. Group, a. s. | Dělnická 213/12 | 170 00 Praha 7

Kalendáře z užšího výběru budou vystaveny na veletrhu REKLAMA POLYGRAF OBALY ve dnech 9.–11. 4. 2019 na výstavišti PVA EXPO PRAHA.

On-line přihláška  
[www.reklama-fair.cz](http://www.reklama-fair.cz)

vypisovatel



organizátor



hlavní partneři



mediální partneři



TÝM SPOLEČNOSTI

# ZING

Vám přeje  
veselé **Vánoce**  
a šťastný **nový rok**

# Inkoustový produkční archový tiskový stroj Xerox Brenva HD je nyní ještě výkonnější

Do roku 2022 se očekává více než pětinasobný růst poptávky po barevném inkoustovém tisku. S tím rostou i nároky poskytovatelů tisku na zvýšení produktivity a flexibility tiskových strojů, aby dokázali tuto poptávku uspokojit. Xerox reaguje na potřeby trhu navýšením produkčního výkonu stroje Xerox Brenva® HD Production Press o 40 procent, rozšířením možností zásobníků a přidáním rolového odvíječe, který umožňuje nepřetržitý provoz.

## Navýšení produktivity

S novými rychlostmi oboustranného tisku je produkční výkon tiskového stroje Brenva HD navýšen ze 197 až na 275 A4 stran za minutu. Produkční stroj tak nabízí výhody inkoustového tisku, vysoké kvality a vysokého výstupního výkonu v klíčových oblastech použití.

„Inkoustový tiskový stroj Xerox Brenva HD kombinuje příznivé náklady inkoustového tisku s flexibilitou tisku na arch. Nové vlastnosti dále zlepšují produkční výkony při zachování požadované kvality tisku a rozšiřují možnosti využití stroje pro výrobu stále více typů tiskových zakázek. Ti, kteří už produkční stroj Brenva vlastní, ho mohou jednoduše aktualizovat a zvýšit tak stávající investice,“ říká Petr Jetel, produktový manažer společnosti Xerox ČR.

„Rychlost tisku, efektivita pracovního postupu a výrobní náklady jsou jedněmi z nejdůležitějších aspektů, které poskytovatelé tisku berou v potaz při koupi inkoustového zařízení,“ říká Marco Boer, viceprezident společnosti IT Strategies. „Zdokonalení rychlosti Brenvy HD znamená, že poskytovatelé tisku mohou rychleji zvládat zakázky, především pak v klíčových oblastech použití, jakými je například transakční a Direct Mail.“

Zvýšený výkon Brenvy HD nově také umožňuje rychleji zpracovávat více úkolů najednou. Zrychluje oboustranný tisk, který je nezbytný pro tisk knih a manuálů a pro množství transakčních úloh. V závislosti na velikosti použitého papíru je tak možné dosáhnout až na necelých 300 tištěných obrazů formátu A4 za minutu.

## Produkční flexibilita

Xerox ve spolupráci se svým technologickým partnerem, společností Tecna, nyní nově nabízí zařízení pro podávání rolí Tecna Sheet Feeder™ BV, které nabízí nepřetržitě podávání papíru po dobu až devíti hodin. Brenva HD je tak první archovou inkoustovou tiskárnou nabízející funkci odvíječe role. Poskytovatelé tisku tak mohou zpracovávat rozsáhlejší zakázky bez nutnosti častého doplňování papíru do zásobníků.

## Více aplikací, více zisku

S Brenva HD je možné tisknout i na papíry s větší gramáží, a to až do 270gsm. Produkční stroj Xerox tak dále rozšiřuje nabídku tisku - o pohlednice, ID karty a další tiskoviny, které potřebují papír s vyšší gramáží.

„Stále se snažíme nacházet způsoby, jak našim zákazníkům zvýšit obchodní efektivnost a příležitosti. S tímto krédem jsme navrhovali a vytvářeli inovace u zařízení Brenva HD,“ říká Ragni Mehta, viceprezidentka a generální ředitelka Cut Sheet Business společnosti Xerox. „Díky možnosti tisku více zakázek bez ohledu na jejich časovou náročnost se naši zákazníci nyní mohou zaměřit na maximalizaci jejich obchodních potenciálů a rostoucích obrátů.“ Očekává se, že oblast tisku knih, transakčního tisku a Direct Mailu bude mít do roku 2022 dvoucifernou hodnotu v roční míře růstu.

## Dostupnost

Rychlostní sada Brenva HD je dostupná od 17. září. Dostupná je ve verzi pro nová zařízení, ale i jako upgrade pro stávající instalace.



HARMONOGRAM NEWSLETTER 2019

HARMONOGRAM NEWSLETTER 2019

HARMONOGRAM NEWSLETTER 2019

ČÍSLO	UZÁVĚRKA PODKLADŮ	DATUM DISTRIBUCE
1/19	14. 1. 2019	25. 1. 2019
2/19	7. 2. 2019	18. 2. 2019
3/19	8. 3. 2019	22. 3. 2019
4/19	19. 4. 2019	29. 4. 2019
5/19	16. 5. 2019	24. 5. 2019
6/19	7. 6. 2019	21. 6. 2019
7/19	9. 7. 2019	23. 7. 2019
8/19	13. 8. 2019	23. 8. 2019
9/19	9. 9. 2019	20. 9. 2019
10/19	7. 10. 2019	18. 10. 2019
11/19	4. 11. 2019	22. 11. 2019
12/19	2. 12. 2019	13. 12. 2019



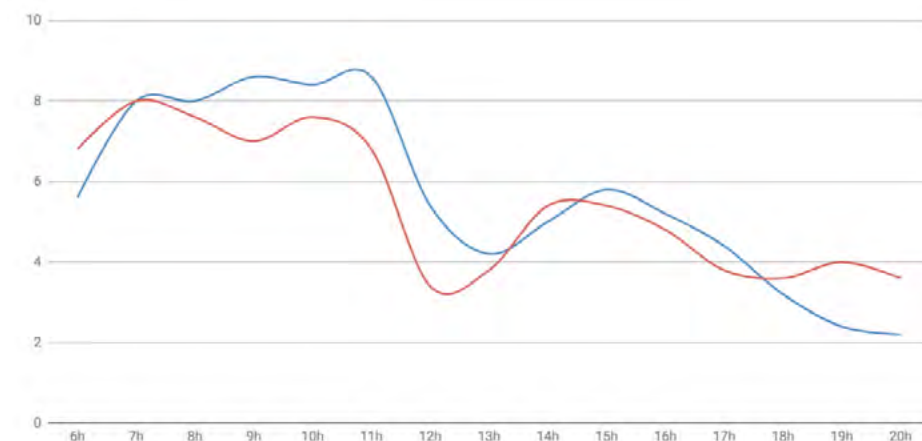
# Konferenční program Dne signmakingu

Letošní program konferenční části Dne signmakingu byl sestaven tak, aby pomohl signmakerům nejenom v podnikání, ale i v osobnostním rozvoji. Tři okruhy témat byly vybrány z různých oblastí, ale tvořili jeden smysluplný celek.

První blok byl věnován tématu, který by měl sám v sobě probrat každý účastník sám. Druhé téma s velkou pozorností sledovali především majitelé firem a třetí blok někdo sledoval s velkým zájmem, jiní s pochopením. Týkal se totiž zaměstnávání generace mileniálů.

## Osobní produktivita a time management?

„Osobní produktivita není time management,“ řekl hned na úvod Daniel Gamrot, konzultant osobní produktivity. Umění dosáhnout zvýšení produktivity totiž neznamená zvládnout více úkolů za méně času. Nejdůležitějším poselstvím této prezentace byla výzva, aby si lidé dali námahu a zatřídili činnosti a úkoly pro jejich co nej-



efektivnější vyřešení. Nástrojem pro uspořádání úkolů může být rozřídění úkolů podle klíče: To nejdůležitější versus Nepočká to. Hodnotící pole se tak rozdělí do 4 kvadrantů – ABCD. Kategorii A tvoří věci, kde nás netlačí čas a jsou pro nás důležité. To je nejkomfortnější zóna úkolů a činností, kde můžeme odvést tu nejlepší práci.

Kvadrant B tvoří úkoly, které jsou důležité, ale tlačí nás čas. Tyto věci se snažíme řešit pod tlakem a nejsou pro nás komfortní. Této oblasti musíme věnovat svou pozornost a nenechat se pohltnout operativou. Pod písmenem C jsou soustředěny činnosti, které sice termínově tlačí, ale nejsou pro nás důležité. Umění vypořádat se s nimi je postaveno na schopnosti, najít člověka, pro kterého jsou důležité a delegovat je na něho. Nejsnadnější cestou k eliminaci zbytečných činností jsou ty, které jsme umístili do kvadrantu D. Nejsou důležité pro nás a netlačí nás u nich čas.

## Produktivita je umění

„Umění dělat ty správné věci v správný čas,“ zdůraznil Daniel Gamrot. Dotknul se dvou zajímavých oblastí – jak najít nejvhodnější čas pro konkrétní pracovní nebo třeba osobní činnosti a jak napumpovat a udržet motivaci pro okamžiky, kdy sice máte super plán, ale ani za mák se vám nechce do jeho realizace a raději pak utíkáte k méně důležité práci nebo prokrastinaci. Daniel Gamrot tedy radí:

## Plánujte podle cirkadiánních rytmtů

První tip je asi nejnáročnější na přípravu, ale ve finále vede k pozoruhodným výsledkům. Určitě jste již slyšeli o cirkadiánních rytmech, jakýchsi vnitřních hodinách, které ovlivňují to, jak během dne fungujete a jak se cítíte. Řada lidí na ně nebere ohled a plánuje práci nahodile bez ohledu na to, jak je jejich tělo nastaveno. Zásadní zlom nastává ve chvíli, kdy pochopíte své tělo a sehraje se s ním. Pravděpodobně tušíte, kdy jste nejvýkonnější, nejbdělejší, kdy vám to nejlépe myslí nebo kdy přicházejí na zajímavé nápady. Pokud ano, je to super a můžete se pus-  
tit do plánování. Pokud ovšem ne, doporučuji udělat si drobnou analýzu vašeho dne. S klienty používáme jednoduchou *Google tabulku*, která

nám v tom pomáhá. S její pomocí si pravidelně v hodinových intervalech značíme hodnoty na stupnici od jedné do deseti. Mapovat můžete téměř cokoliv, na začátku doporučuji zaměřit se na fyzickou energii a duševní bdělost. Jsou to dvě základní proměnné, které poté můžete zužitkovat při denním nebo týdenním plánování aktivit. Budete-li se zapisování věnovat řekněme týden, narazíte pravděpodobně na tři základní období dne – výkonnostní špičku, propad a lapení druhého dechu, a to právě na základě vašich vnitřních hodin. Jakmile budete mít analýzu hotovou, zkuste jako další krok udělat to, že si naplánujete nejdůležitější úkol do nejvýkonnějších období. A jednodušší úkoly, jako třeba e-mailovou komunikaci nebo prostě rutinní úkoly, si necháte na období propadu. Pozorujte a uvědomujte si rozdíly oproti dnům, kdy to tak neuděláte. Věřím, že si jich velmi snadno všimnete.

## Obnovujte síly pro udržení energie

Můj druhý tip se týká udržení energie během dne. Hodně se nám s klienty osvědčilo plánování nejen práce, ale také pravidelných přestávek pro obnovu sil. Když jsme pozorovali nejproduktivnější lidi na různých pracovních pozicích, zjistili jsme, že si dělají pravidelnou přestávku v rozsahu kolem deseti minut každých cca 50-60 minut. Rozhodně se nejedná o dogmatický čas, přizpůsobit si jej můžete podle vlastních preferencí. Zkuste zařadit i vy pravidelné přestávky do svého harmonogramu, nechte se na ně upozorňovat. Využít můžete připomínky v telefonu, které vám každou hodinu dají vědět, že je čas dát si na chvíli pauzu. Vliv na výkon během dne je dost zásadní. Doporučuji pauzu vyplnit skutečnou relaxací – projděte se, uvařte si kávu nebo čaj, doplňte vodu nebo se jen myšlenkami oprostěte od aktuální pracovní náplně. Odpočívejte v pohybu, pokud to jde, tak na čerstvém vzduchu a na sluníčku. Nepropadněte kouzlu přestávek, které prožijete na sociálních sítích a kontrolou zpráv. Užijte si tu chvíli, kdy skutečně nemusíte myslet na práci. Vaše tělo se vám odvděčí udržitelnějším výkonem.

Více informací najdete na stránkách:

<http://danielgamrot.cz/>

# Jakou hodnotu má vaše firma?

**Odpověď na tuto otázku poskytl ve druhém konferenčním bloku Filip Otruba, partner společnosti VDG Corporate Finance. Tato firma působí jako poradce poskytující firmám a jejich vlastníkům jednotnou platformu pro přístup ke službám investičního a komerčního bankovníctví. Poskytuje integrovaná řešení pro transakce v oblasti corporate finance a project finance.**

Prezentace zaujala především vlastníky firem. Změny politických a ekonomických poměrů v roce 1989 přinesli skokový nástup generace podnikatelů, kteří dnes dosahují věku, kdy uvažují o nástupnictví, generační výměně či o prodeji firmy. Důležitým momentem v prezentaci bylo pro mne rozdělení investorů na finanční a strategické.

## Strategický investor

Tento typ investorů hledá zajímavé tržní oblasti, teritoriální rozšíření, nebo rozšíření portfolia činností, které podpoří jeho podnikání. Jeho zájem je přesně definovaný a hledí na dlouhodobé strategické cíle.

## Finanční investor

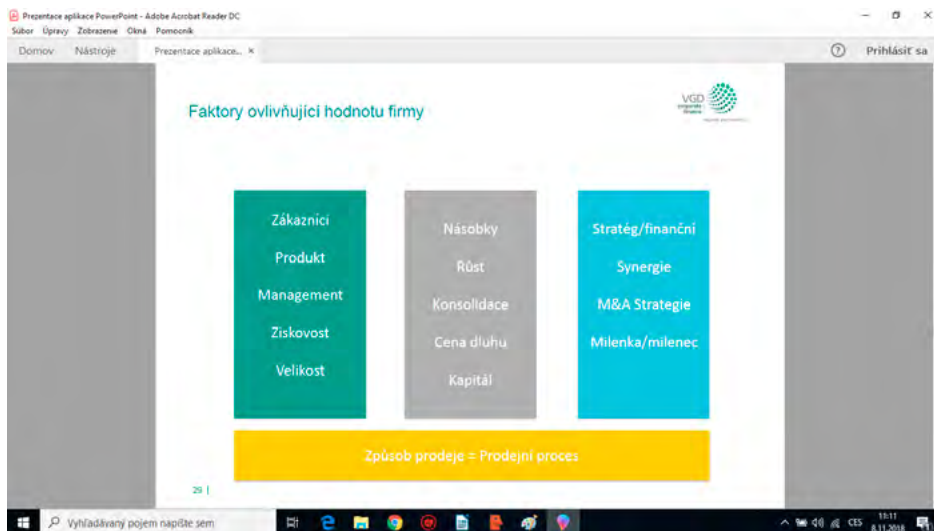
Tato skupina investorů má zpravidla bohaté zkušenosti s restrukturalizací firem, jejich finančního ozdravování a managementem jako takovým. Cílem tohoto druhu investorů je především finanční výnos a případně další prodej získané společnosti. Programy stabilizace a přípravy k dalšímu prodeji jsou ve velké většině stanoveny na dobu pěti let a za toto období se snaží maximalizovat ekonomické ukazatele společnosti.

## Cena firmy

Úkol poradce je v této oblasti velmi důležitý, protože stanovení ceny, důvěrnost informací a transparentnost celého procesu mohou celou transakci významně ovlivnit. Pocit stávajícího majitele dnes již při stanovování ceny firmy nehraje významnou roli. Trh má nastavené standardy, které pomohou stanovit reálnou cenu, která je pro trh relevantní. Výše konečné ceny samozřejmě ovlivňuje i tržní klima a akviziční apetit finančních investorů. Rozdíl ceny u finančního nebo strategického investora není ve většině případů velký. „U strategického investora je předpoklad možného dosažení vyšší ceny,“ řekl Filip Otruba. „Tento typ investora může mít větší motivaci pro akvizici konkrétní firmy, než finanční investor.“

## Jak zvýšit cenu firmy?

Filip Otruba prozradil několik kroků, které mohou zvýšit prodejní hodnotu firmy. Prvním je diverzifikace klientů a uzavření dlouhodobých smluv. Čím je více dlouhodobě zasmulvněných kontraktů, tím je pro nové majitele snazší vytvořit vlastní plán. Zmapování neopakovatelných nákladových položek. Tím se dokáže snížit hodnota reálných nákladů na chod firmy a zlepšit obraz kondice firmy. Nastavení realistického



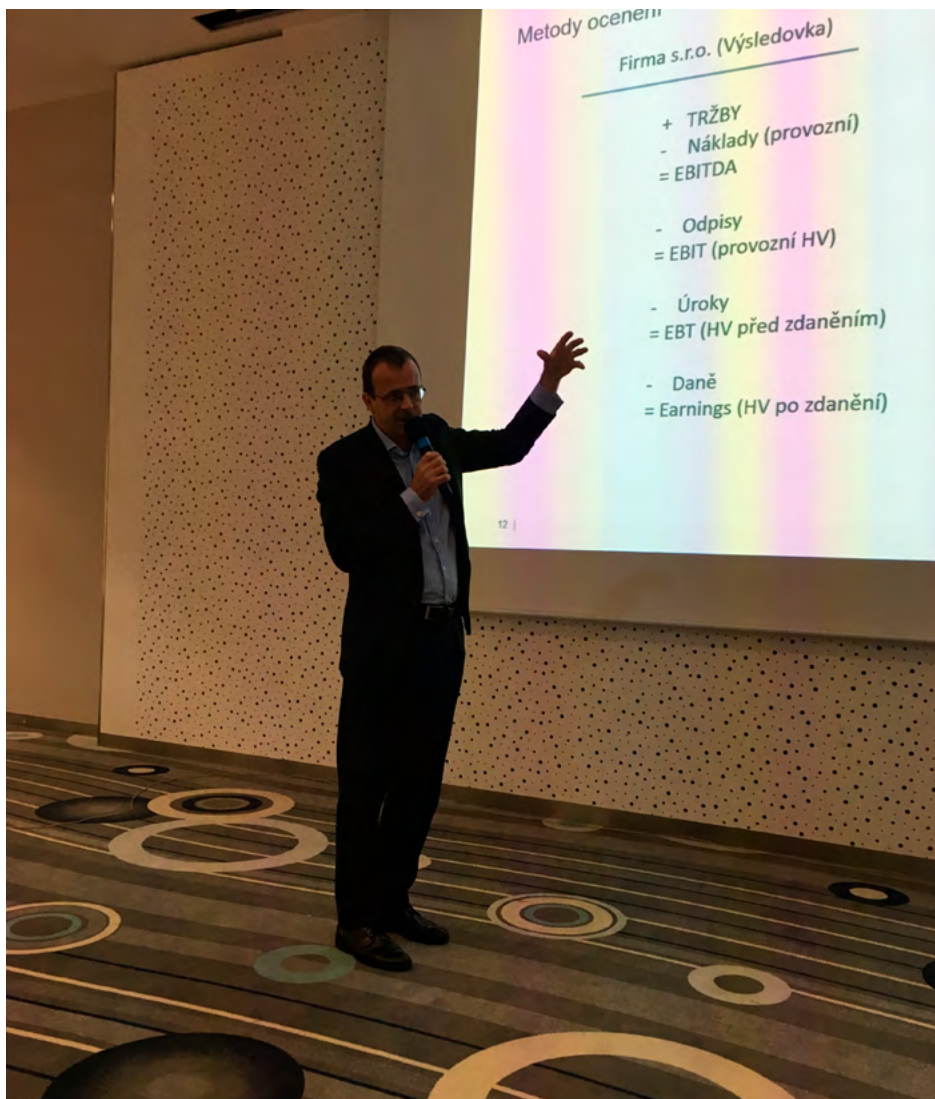
finančního rozpočtu. Tento krok zvýší důvěru investora a posílí pozici majitele ve vyjednávání. Vyšší cenu mají firmy, kde je vyřešena otázka managementu a vedení společnosti i po vstupu nového majitele. Nesnažte se skrývat kostlivce ve skříni, to může výrazně podkopat důvěru investora a při mechanismu prověrek se tyto nášlapné miny velmi zřídka podaří utajit.

## Přejeme šťastnou ruku

Rozhodnutí o dalším postupu je pro stávající majitele velmi důležité. Přejeme proto všem, kteří tento proces zvažují, šťastnou ruku při výběru poradce a rozhodnutí o další budoucnosti firmy, kterou vybudovali.

Více informací najdete na stránkách:

<https://www.vgdcorpfin.eu/>





# Ako si získať a udržať zamestnancov?

Tretí blok konferenčnej časti Dňa signamingu Brno 2018 bol venovaný horúcej téme, ktorú dnes riasí veľmi veľa firiem. Na pracovnom trhu je stále viac príslušníkov generácie tzv. mileniálov, teda ľudí vo veku 35 – 24 rokov, pri ktorých sa významným spôsobom menia metódy náboru. O svoje skúsenosti sa s nami podelila Kristína Sabáková, zo spoločnosti Dixons Carphone – jedného z najväčších európskych predajcov elektroniky.

„Treba si uvedomiť, že nábor zamestnancov a ich udržanie sú spojené nádoby,“ zdôrazňuje Kristína Sabáková. „Pri generácii mileniálov tradičné náborové metódy nefungujú. Ešte pred niekoľkými rokmi stačilo dať inzerát na web s ponukou pracovných miest a zamestnávateľ mohol začať výber pre danú pozíciu z niekoľkých desiatok životopisov. Dnes sa na takúto ponuku často neozve nikto. Pre mileniálov sú jednoducho najrelevantnejším zdrojom sociálne siete a preto odporúčam firmám zriadiť si takýto profil.“

## Konzistentný informačný tok

Aj keď sa o firemný profil na sociálnych sieťach stará niekoľko zamestnancov, treba mať jasné pravidlá zjednocujúce jazyk tak, aby čitateľ necítil, že s ním komunikujú rôzni ľudia. Hlas firmy by mal mať jasný mediálny plán a v pravidelných intervaloch zobrazovať informácie. Dôležitá je komunikácia s čitateľmi a to s krátkym časom odozvy. Firma by mala dovoliť nazrieť do svojho prostredia, prinášať informácie o dňoch otvorených dverí, akciách pre zamestnancov aj verejnosť. Pre mileniálov je dôležité vedieť, či je v rámci firemnej kultúry prisudzovaná dostatočná váha ochrane životného prostredia a spoločenská zodpovednosť.

## Nábor

Príslušníci generácie mileniálov si potrpia na individuálny prístup. Veľmi pozorne sledujú referencie o svojom potenciálnom zamestnávateľovi a radi spoznajú prostredie a kolegov zo svojej pracovnej skupiny. „Veľmi osvedčené sú referencie od našich zamestnancov“, zdôrazňuje

ZÍSKAŤ A UDRŽAŤ ZAMESTNANCOV?

Dixons  
Carphone



Kristína Sabáková. „Dokonca veľmi dobre spolupracujeme s našimi bývalými kolegami, ktorí svojimi odporúčaniami pôsobia aj naďalej ako naši ambasádori. Sme s nimi v stálom kontakte, pozývame ich na firemné akcie a zasielame im drobné firemné darčeky. Dnešní mladí ľudia často cestujú na dlhší čas, takže medzi takými dobrovoľnými spolupracovníkmi našej firmy máme aj kolegov, ktorí prerušili prácu a plánujú sa k nám vrátiť.“

## Privítanie

Máme prepracovaný proces adaptácie nových kolegov. Čaká ich privítací balíček, kde nechýba hrnček na kávu s jeho menom, pripravíme mu pracovné prostredie tak, aby sa cítil vítaný, očakávaný a špeciálny. K dispozícii má program dňa a na prvé týždne kolegu, ktorý mu je pripravený poradiť. Nevystupuje ako nadriadený či

mentor, ale ako kamoš, ktorý ho uvádza do firemného života.

## Zamestnanecké výhody

Získanie a udržanie zamestnancov je komplexný systém, pre ktorého fungovanie treba vykonať analýzu silných a slabých stránok firmy a na ich základe vybudovať brandingovú stratégiu. Veľmi sa osvedčilo venovať čas a energiu analýze potrieb zamestnancov podľa životnej situácie a prispôbovať ich individuálne. Zamestnancom treba pomôcť stotožniť sa s firmou a venovať čas a energiu kontinuálnemu systému rozvoja zamestnancov. Pri finančne náročnejších projektoch sa osvedčilo vyžiadať si od zamestnanca kauciu, ktorá sa mu úspešným absolvovaním, alebo uplynutím dohodnutej doby vráti. Pre mileniálov je dôležité príjemné pracovné prostredie a pocit zmysluplnosti ich práce.



# Xerox - příběh tiskařské legendy

Víte, jak dlouho si dokážeme vytisknout dokumenty z počítače přímo doma nebo v práci? První počítačové tiskárny byly vyvinuté už v 30. letech minulého století. Přirozeně ani zdaleka nebyly tak sofistikované, jako dnešní inteligentní zařízení. Xerografii trvalo téměř 80 let, než se dostala tam, kde je teď.

Tento příběh se začal psát už v roce 1906, kdy byla v americkém městě Rochester založena firma Haloid Photographic Company. Tato firma se zabývala výrobou fotografického papíru a příslušenství. První fotokopie byla vytvořena později v roce 1938, v provizorních laboratorních salonku hotelu Astoria v newyorském Queensu a bylo na ní napsáno „10-22-38 ASTORIA“. Tento unikát si dnes můžeme prohlédnout v muzeu Smithsonian Institution. Kopie je sice trochu rozmazaná, ale to nic nemění na skutečnosti, že jde o první xerografickou kopii v dějinách. Tento skromný vynález vědce a patentového advokáta Chestera Carlsons vedl později až k založení společnosti Xerox a vzniku zcela nového průmyslového odvětví. Fotokopie totiž neunikla pohledu Josepha C. Wilsona, který v té době vlastnil společnost Haloid a rozhodl se odkoupit patent od Chestera Carlsons. Svým experimentem chtěl Carlson zvýšit produktivitu a zjednodušit práci kancelářských pracovníků. Odmítl tehdejší fotografické postupy a experimentoval s elektrostatickými vlastnostmi a materiály, které byly fotoelektrické, a jejich elektrické vlastnosti se při ozáření světlem měnily. Tento proces dostal název xerografie. Vychází z řeckých slov xerosis (suchý) a graphein (psaní). Společnost Xerox tak vznikla v roce 1946 a od začátku bylo jasné, že se bude jednat o vizionářskou firmu, která bude udávat směr. První kopírovací stroj určený pro komerční použití byl představen v roce 1959. Jednalo se o stroj Xerox 914, který byl prvním veřejně dostupným kopírovacím strojem na světě. Ani značná cena nezabránila masivnímu prodeji a firma Xerox tak na konci roku 1961 dosáhla příjmů ve výši 60 milionů USD a do roku



1965 se vyšplhaly dokonce až na 500 milionů USD. Do 60. let minulého století tak firma vstupovala ve výborné kondici a největší slávě. Xerox se rozhodl vytvořit zařízení, které by bylo možné komfortně používat v kanceláři, případně i doma. V roce 1963 tak přišla společnost s průlomovým modelem Xerox 813. Jednalo se také o kopírovací stroj, byl však vyhotoven v zajímavém designu, aby mohl být součástí tehdejších moderních kanceláří a luxusních příbytků. Xerox se také orientoval na průmyslový tisk, kde jeho zařízení udávaly hlavní směr inovací. Mezi nejzajímavější řešení lze jistě zařadit model Xerox 2400, který byl představen v roce 1966. Číslo modelu zde označovalo počet vytištěných výtisků za hodinu. Přestože nebyl tak rychlý jako ofsetový tisk, tento stroj poprvé představil komponenty jak byly ADF, papírové šterbiny, perforátor a třídač. Po něm však rychle následoval Xerox 3600 Duplicator, který dokázal pracovat až o 50 % rychleji než jeho předchůdce. Sedmdesátá léta začaly pro Xerox ve velkém stylu. V roce 1971 vyvinuli první barevnou fotokopír-

ku na světě - model Xerox 6500. Další prodejní úspěch na sebe nenechal dlouho čekat a v letech 1973 - 75 následovaly rekordní tržby. Netrvalo dlouho a firma vyvinula i nástupce modelu 3600 Duplicator. Jednalo se o model 9200, který opět zdvojnásobil rychlost kopírování. Toto zařízení bylo v roce 1975 odpromované i během reklamního bloku na Super Bowlu. Nástupci 9400 a 9500 přidali funkce automatického oboustranného tisku a elektrického ovládání jasu. Od 90. let se na trh dostávají první multifunkční zařízení Xerox DocuTech, které v sobě spojovaly laserový skener s kopírkou. Na dnešní poměry se však stále jednalo o velmi velké zařízení, které se začalo zmenšovat až po roce 2000. Rozmach internetu však přinesl revoluci v podobě digitálního tisku a inteligentních kanceláří. Dnes je tak Xerox především firmou, která díky svým dlouholetým zkušenostem, know-how a zázemí nabízí řešení ušité přímo na míru pro každého zákazníka. Není podstatné, zda se jedná o malou firmu s několika zaměstnanci, nebo o velkou korporaci ve výškové budově.





Přejeme příjemné prožití svátků vánočních  
a vše nejlepší v roce 2019.

Váš Papyrus



PAPYRUS

### Island žil fotbalem

Fotbalisté se stali hrdiny, a tak bylo po celé zemi možno najít jejich obrazy v nadživotní velikosti. V Reykjavíku takto... Celý článek [zde](#)



### Označení Decathlon od Grapa

Velkoplošné označení prodejny se může zdát jako snadná zakázka. Kdo ale ví, jak materiály pracují vlivem tepla... Celý článek [zde](#)



### Autorská kolekce vánočních ozdob

Známa designérka Iva Bastlová navrhla kolekci vánočních ozdob pro IRISU. Na zámku Loučeň máte od 1.12. do 6.1. možnost shlédnout výstavu „Příběh vánočního stromku“. Ivinu kolekci zde uvidíte naživo... Celý článek [zde](#)



### Drevený stojan od KPK Reklama

Takéto drevené potlačené customizované stojany do predajní pre druhotné vystavenie tovaru. Vyrobili v košickej spoločnosti KPK Reklama. Použitá bola 8mm... Celý článek [zde](#)

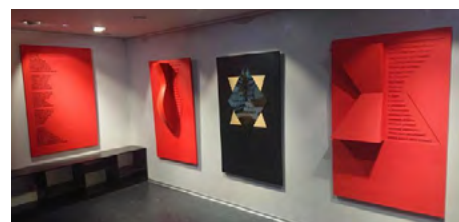
### Budvar se spojil s Kofolou a předělal nápoje v Ternu

Cílem projektu bylo zlepšit nákupní prostředí v nápojové sekci. „Z průzkumů víme, že čím rychleji a snadno se... Celý článek [zde](#)



### Grapo a SOCHOBÁSNĚ

Projekt dokázal spojit poezii a výtvarné umění v jeden působivý celek. „Když nás Ivan Langer oslovil se stejnojmenným... Celý článek [zde](#)



### Vánoce s NESCHEN L-UV wallpaper

Vánoce jsou časem plným překvapení. Nemusí jít zrovna o úplné zázraky, ty jsou vidět spíše v pohádkách. Určitě je... Celý článek [zde](#)



## Zdroje MEAN WELL

Do naší redakce přišly další dotazy na zdroje Mean-Well. Nyní se čtenáři ptali především na originalitu a jejich kopie. Rozhodli jsme se opět obrátit na zkušené odborníky z firmy Dencop Lighting, kteří nám obratem odpověděli.

**Vážená redakce, jak prosím poznám originální zdroj Mean Well od neoriginálního? Doslých jsem se, že se již dodávají do ČR. Nerad bych jezdil zbytečně někam na servis.**

• Nejlepší prevencí je nakupovat od oficiálních prodejců značky Mean Well. Pokud si nejste jistí, vyžádejte si od prodejce oficiální certifikát k prodeji těchto zdrojů. Pokud máte už zdroje u sebe, máme několik indicií, jak je můžete identifikovat:

• Každý zdroj by měl být opatřen logem „MW“. Neznačkové zdroje jej mohou mít také, ale většinou je jejich kvalita tisku špatná.

• Zkontrolujte, jestli jsou všechny tištěné informace na zdroji vytisknuté rovnoměrně a ve stejné kvalitě. Také byste na každém zdroji měli najít výrobní číslo. Pokud nakupujete zdroj po krabicích. Měly by být tyto výrobní čísla být uvedené i na krabici. A samozřejmě by se měly shodovat.

• Dávejte pozor na jednotlivé druhy zdrojů a jejich řady. Například se už vyskytl zdroj LPV 200-12. Značka Mean Well nikdy takový zdroj nenabízela. Také by spotřebitelé už mělo zaznamenat, že tento zdroj je v kovovém pouzdře. Zatím co, značka Mean Well drží striktně řadu LPV čistě v plastovém pouzdře. Aktuální řady si vždy můžete nalézt na: <https://www.meanwell.com>

• Zkontrolujte zdroj, zda nemá zjevné vady.

**Dá se prosím poznat, jak je zdroj starý? Jestli mi někdo náhodou neprodává nějakou uloženku?**

**DENCOP LIGHTING**

**MW**  
**MEAN WELL**

OFICIÁLNÍ DISTRIBUTOR  
NAPÁJECÍCH ZDROJŮ MEAN WELL  
PRO SVĚTELNOU REKLAMU

• Značka Mean Well myslí i na tyto věci. A proto si každý zdroj můžete zkontrolovat podle jeho výrobního čísla na následujícím odkazu: <https://www.meanwell.com/serviceReport.aspx>

**Jak je to prosím se zdroji GLP? Opravdu se vyrábí také v Mean Wellu? Když mají stejný obal a podobný potisk?**

• Ano máte pravdu, že obal (housing) je velmi podobný. Tím ale veškerá podobnost končí. Tyto zdroje firma Mean Well nenabízí.

Pro odpovědi na Vaše dotazy jsme kontaktovali specialistu z firmy DENCOP LIGHTING a to ředitele tuzemského obchodu Jakuba Gregůrka. Těšíme se na následující díl seriálu a neváhejte nám psát Vaše další dotazy rovnou na e-mail: [jgregurek@dencop.cz](mailto:jgregurek@dencop.cz)

Nejzajímavější dotazy zde opět uveřejníme.

# Nové pokladní zóny od Nestlé zvyšují prodeje cukrovinek o více než polovinu

Nestlé realizuje dodávky pokladních zón do českých a slovenských maloobchodních prodejen. Obchodům nabízí pokrytí souvisejících nákladů a také výrazné zvýšení prodejů kategorie cukrovinek, které v testech dosáhly 57%. Realizaci více než 300 pokladních zón zajišťuje společnost Dago a do konce roku 2019 jich přidá další tisícovku. Nejvíce jsou zastoupeny prodejny Coop.



Projekt, který realizuje společnost Nestlé Česko a Slovensko ve spolupráci s českou firmou Dago jasně ukazuje, že pokud je pokladní zóna modernizována na základě aktuálních trendů, může zvýšit prodeje celé sortimentní kategorie. Nové vybavení je umísťováno na Slovensku i v České republice a nejčastějším klientem je obchodní řetězec Coop. „Jedná se o flexibilní pokladní prodejní systém pro cukrovinky a žvýkačky, který je vždy uzpůsobený přesně podle specifik a potřeb dané obchodní jednotky,“ vysvětluje Marek Končítik, obchodní ředitel firmy Dago. Produkce započala před čtyřmi měsíci a do současnosti bylo instalováno více než 300 zón. Do konce příštího roku by mělo být nově vybaveno dalších 1000 pokladen. Základním materiálem je kov a nesvětelné obrandované prvky. „Výrazným rozdílem proti dosavadním zónám je jejich větší kapacita ve smyslu počtu druhů i množství produktů a jejich modernizované rozložení. Přínosem je větší výběr a také méně častá potřeba doplňování,“ popisuje Marek Končítik.

## Cukrovinky mají velký potenciál

Z prodejních dat ze slovenského trhu vyplývá, že cukrovinky jsou největší kategorií v segmentu potravinového rychloobrátkového zboží a zaují-

mají 11% podíl s každoročním stabilním 1% růstem. Je pro ně typická vysoká impulzivita, denní konzumace a také se často nakupují jako dárek či pozornost. Ze zákazníků, kteří cukrovinky nakoupí, ji 74 % plánovalo nakoupit. Poměrně velká část z nich (34 %) se o nákupu konkrétního produktu rozhoduje až přímo v obchodě. Více než čtvrtina (26 %) z těch, kteří kupují cukrovinky, ale tento nákup provede zcela neplánovaně. „Z toho vyplývá, že v prodejně máme možnost ovlivnit až šedesát procent nakupujících zákazníků,“ konstatuje Patrícia Borárošová, Channel and Category Development Specialist Confectionery SK ve společnosti Nestlé. Věnovat pozornost správnému vybavení, které tento impulz podpoří, se tedy jednoznačně vyplatí.

## Kategorie vzrostla o polovinu

Pro doladění konečné podoby nové pokladní zóny proběhl její test. Na základě prodejních dat byl po šesti měsících zjištěn nárůst prodeje z tohoto místa o 57%. „Pozitivní vliv byl přitom patrný na cukrovinky všech dodavatelů, přičemž přínos na jednu položku činil průměrně třicet osm eur,“ konstatuje Patrícia Borárošová. Z měření dále vyplývá, že TOP 10 položek generuje až 69 % celkového prodeje.

## Obchodník nemusí řešit náklady

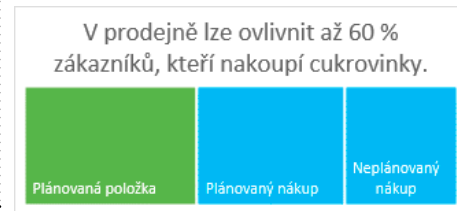
Pokladní zóny byly pro každou prodejnu řešeny zvlášť a byly vybaveny menšími impulzními segmenty pro pultový prodej, většími segmenty umístěnými před pokladním pásem a také stojany, které se nacházely v blízkosti samoobslužných pokladen. Vždy byla instalována sestava, která rozměrově nejlépe vyhovovala konkrétnímu typu prodejny. „Jde o to, aby byl pokladní prostor využit co nejefektivněji, protože chceme dostáhnout růstu celé kategorie cukrovinek,“ konstatuje Patrícia Borárošová. Benefity, které přitom firma Nestlé obchodníkům nabízí, jsou následující: žádné náklady spojené s instalací a servisem, rychlá montáž díky variabilitě polic a jednoduchému sestavení. „Prodejny byly nejdříve opatrné, zkoušely nové pokladní zóny

postupně. Brzy si všimly nárůstu prodejů a nechaly doinstalovat zbytek. Máme skladové zásoby a jsme schopni instalovat zóny do druhého dne,“ říká Marek Končítik.

## Čekání nesmí působit negativně

Kromě běžného vystavení v regále či druhotného vystavení je pokladna další možností, jak zboží zákazníkovi nabídnout. „Je to specifické místo v prodejně, kterým projde v podstatě každý nakupující, zastaví se zde, případně čeká a má čas se rozhodnout. A hlavně dokáže aktivovat impulz především pro okamžitou spotřebu, rozšířit tak již naplněný nákupní košík a zároveň zpříjemnit zákazníkům čekání a přispět tak k celkovému nákupnímu zážitku,“ podotýká Patrícia Borárošová.

## Základní fakta:





# Pocta nejlepší portugalské kávy



**Nejnovější luxusní hotel Pestana Porto - A Brasileira** ve městě Porto nabízí svým návštěvníkům pohled na bohatou historii. Je postaven v budově, kde se nachází slavná kavárna A Brasileira, kde se poprvé podávala káva v typickém šálku již na počátku 20. století.

Pětihvězdičkový hotel zachovává původní architektonické prvky budov a může se pochlubit 115letou historií. Nachází se v centru města Porto, čtyři minuty chůze od kultovního Avenida dos Aliados, slavného bulváru lemovaného pů-

sobivými budovami. Každý z 89 pokojů je vyzdoben tapetou Neschen s originální grafikou připomínající zajímavou historii. Témata jsou vázána na koření a výrobky dovezené během portugalské námořní expanze během 15. a 16. století. Na stěnách pokojů tak najdete krásné obrazy s anýzem, kávou, skořicí, čajem, čokoládou nebo růžovým pepřem. Tapety Neschen poskytují možnost zobrazit fotografické motivy s vysokým rozlišením a zaručují dlouhou životnost. Pomáhají tak vytvářet interiéry s osobitým kouzlem a atmosférou. Jsou ideální pro hotely, restaurace nebo obchody, které okamžitě získa-

jí působivější vzhled a zanechají v návštěvníkovi silný dojem.

## Nejširší nabídka

Bohaté zkušenosti s potisknutelnými tapetami má na našem trhu především společnost HSW Signall. Nabídka obsahuje materiály na bázi PVC i bez obsahu PVC, textilní tapety, materiály samolepicí i materiály aplikovatelné standardními tapetářskými postupy. Každému typu tapety však odpovídá jiný způsob lepení, volba lepidel atp. Vše podstatné najdete zde:

<https://www.hsw.cz/katalog/potisknutelne-tapety/>

## REKLAMA POLYGRAF OBALY

26. ROČNÍK MEZINÁRODNÍHO VELETRHU REKLAMY, MÉDIÍ,  
POLYGRAFIE, OBALŮ A INOVATIVNÍCH TECHNOLOGIÍ



**PVA**  
EXPO PRAHA

[www.reklama-fair.cz](http://www.reklama-fair.cz)

**9.-11. 4. 2019**

OFICIÁLNÍ VOZY



Go Further

# ZING trading s.r.o. – distributor materiálů pro vizuální komunikaci

Nabízíme kompletní sortiment materiálů pro velkoformátový tisk od společnosti dtec. Jedná se o vysoce jakostní materiály pro technologie potisku UV / SOLVENT / ECO SOLVENT. Produkty jsou dostupné v šířkách od 1,1 m do 5 m.

ZING

dtec

## Sortiment natíraných materiálů dtec **Banner Plus**

### ▲ **Banner Plus Frontlit Matt 450 i 510 g/m<sup>2</sup>**

– natíraný PVC banner určený pro tisk velkoformátové grafiky.

### ▲ **Banner Plus WHITE/BLACK 430 g/m<sup>2</sup>**

– natíraný PVC banner s černou reverzní stranou určený pro produkci velkoformátových grafik.

### ▲ **Banner Plus Blockout Matt 440 i 610 g/m<sup>2</sup>**

– natíraný PVC banner určený pro oboustranný potisk.

### ▲ **Banner Plus Mesh 270 g/m<sup>2</sup> no liner/liner**

– polyesterová síťovina určená pro produkci velkoformátových grafik. Dostupné ve verzi s a bez podkladového papíru (liner).

### **Banner Plus Frontlit Matt 510 g/m<sup>2</sup>**

### **Banner Plus Mesh 270g/m<sup>2</sup> liner**

## Sortiment laminovaných materiálů dtec **Banner Classic**

### ▲ **Banner Classic Frontlit Matt 440 i 510 g/m<sup>2</sup>**

– laminovaný PVC banner pro produkci velkoformátové grafiky, které jsou určeny na krátkodobou aplikaci.

### ▲ **Banner Classic SOLID Frontlit Matt 440g/m<sup>2</sup>**

– laminovaný PVC banner s vyšší odolností proti protržení.

### **Banner Classic Frontlit Matt 440g/m<sup>2</sup>**

## POPAI NEWS

**POPAI**  
THE GLOBAL ASSOCIATION FOR MARKETING AT RETAIL  
CENTRAL EUROPE

### Soutěž POPAI AWARDS 2018 ocenila nejlepší realizace pro místo prodeje

Soutěž POPAI AWARDS, kterou každoročně pořádá středoevropská pobočka POPAI, je tradičně vnímána jako prestižní událost oboru in-store komunikace pro tvůrce i zadavatele řešení v místech prodeje. Letos proběhl již desátý jubilejní ročník soutěže jako součást programu mezinárodní akce POPAI DAY 2018, která se konala 29. listopadu 2018 v Kongresovém centru TOP Hotelu Praha. Soutěžní expozice představila 105 in-store realizací, které soutěžily ve 20 soutěžních kategoriích. Soutěž nabídla jedinečnou příležitost seznámit se s nejnovějšími projekty pro účinnou komunikaci v místě prodeje, s novými formami komunikace se zákazníky a získat přehled o nejvýraznějších trendech na trhu in-store komunikace. K soutěžním exponátům patřily prostředky in-store komunikace, prostředky pro vybavení obchodů, nástroje světelné komunikace, informační a orientační systémy, projekty podpory prodeje, inovativní a ekologicky šetrná in-store řešení, integrované in-store kampaně atd. V samostatných soutěžních kategoriích soutěžily novinky z oblasti digitální médií a také reklamní dárky v místě prodeje. Ocenění „Absolutní vítěz soutěže“ získaly dva exponáty: Jack

Daniel's Truck, který je společným projektem společností Advanced production a Brown-Forman Czechia, a Paletové vystavení Captain Morgan, které do soutěže přihlásila společnost DAGO.

Kompletní výsledky soutěže POPAI AWARDS 2018 jsou [ZDE](#).



### Soutěž Hvězda 3D reklamy 2018 představila novinky v oblasti 3D reklamy

Asociace POPAI CENTRAL EUROPE uspořádala již 18. ročník soutěže Hvězda 3D reklamy o nejlepší reklamní a dárkové předměty. Hlavním partnerem letošního ročníku soutěže byla společnost REDA a.s. Soutěž rovněž podpořily společnost SPEED PRESS Plus a.s. jako partner soutěžní kategorie „Reklamní textil“ a společnost RESPIRO jako partner soutěžní

kategorie „Tailor made“. Mediálním partnerem soutěže byl časopis Marketing & Media. Soutěž s dlouholetou tradicí je přehlídkou novinek z oblasti 3D reklamy a zároveň jedinečným zdrojem inspirace i nových poznatků o našem trhu s reklamními a dárkovými předměty. V letošním ročníku soutěžilo celkem 74 předmětů v osmi soutěžních kategoriích. Slavnostní vyhlášení výsledků soutěže a předání cen proběhlo 29. listopadu 2018 v rámci galavečera POPAI DAY 2018 v Kongresovém centru TOP Hotelu Praha na pražském Chodově. Nejvyšší ocenění „Absolutní vítěz soutěže“ získal exponát Litomítkroje od společnosti H.R.G. spol. s r.o. Dárková vánoční sada tiskárny H.R.G. vychází z motivu tradičního litomyšlského kroje, jehož neoriginálnější součástí byly červené punčochy. Cílem celého setu bylo oživení, připomenutí a popularizace litomyšlského kroje, jeho součástí a jeho motivů. Sada obsahuje originální diář, dva typy kalendáře, balící papíry, blok, papírový bumerang, plátěnou tašku a především repliku červených zdobených ponožek. Set měl mezi zákazníky veliký úspěch a zejména ponožky, spojující historický motiv s moderním designem, se staly hitem a byl o ně velký zájem

Seznam oceněných předmětů soutěže najdete [ZDE](#).



# LED a svět

Globální trh s LED roste a podle nejnovějších studií má mít v roce 2023 velikost přes 26 mld. USD s očekávanou (složenou) mírou růstu 9%. V Evropě je to dokonce 9,5% s letošním odhadovaným obratem 8 mld. USD. Evropa je také, současně s Jižní Asií, Střední Východem, Afrikou a Japonskem, považovaná za region s největším potenciálem. V Japonsku, kde se LED prodávají za jedny z nejvyšších cen na světě, jsou momentálně tahounem spotřeby blížící se Olympijské hry, konané ve 2020 v Tokiu. V Asii a na Středním Východě je poptávka spojována

s celkovým ekonomickým růstem a souvisejícími investicemi do infrastruktury. Evropa očekává nárůst obchodu s LED osvětlením zejména v zemědělství a architektuře. Tady se jedná především v projekty typu smart lighting, kdy se světlo přizpůsobuje potřebám člověka a vytváří tak pro něj co možná nejvyšší komfort pro práci, odpočinek, nebo pomáhá léčit. Na trhu ale nevládne výhradně optimismus. Značnou nerovnováhu vyvolala obchodní válka USA vůči Číně, která už v první dubnové vlně zavedení speciálních celních tarifů uvedla na seznam zboží jak

**poh LED**  
**chiplite®**

LED čipy, tak i svítidla, ve kterých jsou použity. S přírůstkem 25% se tak museli vyrovnat dovozcům LED do USA, které směřují třeba do výroby displejů, sankce se ale například dotkly také osvětlení vánočních stromů, nebo světelných komponent na výrobu reklamního značení. Položky na seznamu tvoří 75% objemu všeho LED zboží vyráběného v Číně, kterých se v roce 2017 dovezlo do USA za 5 mld. USD. Po zavedení dalších 25% cel v červenci a připravované třetí vlně, jejíž spuštění bylo plánováno na leden příštího roku, vládne momentálně 90 denní průměr. Na to, jaké podmínky se vyjednájí je nutno ještě počkat, otálet už ale nechtějí někteří výrobci, usazení v Číně. Aktivně se zajímají o možnost přesunout své výroby mimo Říši středu, ve které je v současnosti vyrobeno, či smontováno, 85% všech LED produktů na světě. Hovoří se o Jihovýchodní Asii, Taiwanu a v poslední době i o Mexiku.



## DUHOVÝ PAPERSEK

SOUTĚŽ O NEJLEPŠÍ SIGNSMAKINGOVOU REALIZACI ROKU 2018

### CÍL SOUTĚŽE

je zmapovat úroveň realizovaných prací z oblasti signmakingu, výroby reklamy, indoorové a outdoorové reklamy a oblasti podpory prodeje, které byly vyrobeny a realizovány v roce 2018. Soutěž si dává za cíl přispět ke zviditelnění zpracovatelských firem zabývajících se tímto oborem.

### SOUTĚŽ ZAHÁJENA

Od 5. 12. 2018 je možné přihlásit práce do soutěže o nejlepší signmakingovou realizaci.

### TERMÍNY

**22. února 2019** | uzávěrka přihlášek

**10. dubna 2019** | vyhlášení výsledků, PVA EXPO PRAHA

[www.reklama-fair.cz](http://www.reklama-fair.cz) | [www.duhovypaprsek.cz](http://www.duhovypaprsek.cz)

**SOUTĚŽ**  
O NEJLEPŠÍ  
SIGNSMAKINGOVOU  
REALIZACI 2018  
**ODSTARTOVÁNA**





PF 2019

Vytiskněte

Namalujte si rok 2019  
v těch nejhezčích barvách.

Děkujeme všem našim zákazníkům  
a obchodním partnerům za spolupráci  
v roce 2018. Team Integart.



## Nové zkušební a aplikační centrum Signracer

Nové zkušební a aplikační centrum ve městě Rotkreuz, které leží mezi Curychem a Lucernem, hledá nové procesy... Celý článek [zde](#)



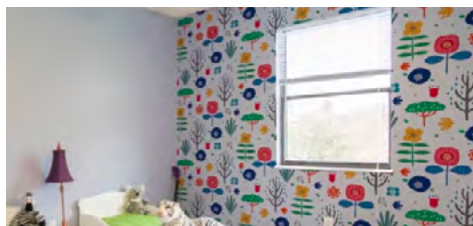
## Fujifilm uvádí rychlejší archovou B2 tiskárnu Jet Press 750S

Vděčí tomu několika novým funkcím a současně: Systém 'Overflow Cleaning', který sám pročišťuje tiskovou hlavu... Celý článek [zde](#)



## Mutoh ValueJet 1627MH

Tiskárna ValueJet 1627MH od společnosti Mutoh je určena pro širokou škálu deskových médií až do tloušťky 16mm... Celý článek [zde](#)



## Bazarová tiskárna Efi H1625 LED

Nabízíme Vám bazarovou UV hybridní tiskárnu Efi H1625 LED s tiskovou šířkou 1,65m, inkousty 3M. Je ve velmi dobrém technickém stavu, pravidelně servisovaná. Tiskárna byla používána 9 měsíců jako demo jednotka a následně 2 roky v provozu u zákazníka. Rok... Celý článek [zde](#)



## Setkání partnerů swissQprint

Koncem listopadu se ve Švýcarském Kriessernu konalo setkání distribučních partnerů společnosti swissQprint ze 30 zemí. Na dvoudenní konferenci jim byly představeny nejnovější výsledky vývoje tohoto výrobce... Celý článek [zde](#)



## Dunapack zvyšuje produkci vlnité lepenky s EFI Escada

„Již několik let používáme systém Escada Syncro 7 a tak jsme se společností EFI konzultovali další možnosti, které by... Celý článek [zde](#)



## Canon slaví 1500 instalací Océ VarioPrint 6000

Modelová řada tiskáren Océ VarioPrint 6000 TI-TAN je založena na úspěšné platformě VarioPrint. Zahrnuje nejrychlejší... Celý článek [zde](#)



## Textilní tiskárna EFI Reggiani BOLT

Představení nové tiskárny EFI Reggiani BOLT s výkonem 8 000 m2 potvrzuje rychlou digitalizaci textilní výroby. Vysoce výkonná digitální jednorůchodová tiskárna má potenciál změnit systém práce v textilním... Celý článek [zde](#)



Pojďte s námi zářit i v roce 2019.  
Mnoho pracovních i osobních úspěchů,  
radost ze života a pevné zdraví Vám přeje

**COMIMPEX PRINT**

Vánoční otevírací doba  
21. 12. 2018 otevřeno  
24. - 31. 12. 2018 zavřeno  
2. 1. 2019 otevřeno