

SIGN INVENT!ON

newsletter

10/2019

Signmaking • Polygrafie • POP/POS



Brands&Stores

Brands&Stores



www.reklama-fair.cz



Stále více na svých cestách pozoruji proměnu našeho oboru na průmyslové odvětví. Začal to řezací plotr, který umožnil i lidem bez zkušeností navrhovat reklamu a realizovat ji rychle a ve vynikající kvalitě. Pamatujete si ještě učební obor písmomalířství? Dnes již po něm na školách není ani stopy. Mnoho výtvarných umělců si v oboru reklamy našlo své pevné místo a se štětcem a barvami dokázali divy. Písmomalíři ještě stále nabízejí své služby, ale dorost už není. Toto řemeslo se stává podobnou raritou, jako heraldika. Je to hezké, potěší, ale konec konců – co s tím? Dnes jsem měl to potěšení potkat jednoho z velikánů sítotisku. Michel Caza více než 55 let spolupracoval s umělci světového významu a tiskl jejich serigrafie. Je stále aktivní ve federaci FESPA, kterou v roce 1962 spoluzakládal. Podle něj se technologie sítotisku dnes využívá ze 40 % na průmyslové aplikace a dalších 40 % tvoří potisk textilu. Grafické aplikace, včetně reklamy tvoří zbylých 20 %. Doba se mění a současný, nedávno zvolený, prezident FESPA Christoph Ausem je synem sítotiskaře, který už ale provozuje digitální velkoformátové technologie. Digitální tisk se stává stále významnější součástí polygrafického průmyslu a rovněž hledá přesahy do dalších odvětví průmyslu. Ostatně tak činí stále víc tiskařů i u nás, protože hledají segmenty s vyšší ziskovostí. I když se říká, že by se švec měl držeti svého kopyta. Bata ukázal, že pravda platná staletí už neplatí.

František Kavecký

Vivienne Westwood si vybrala Re-board

Přední světová módní značka Vivienne Westwood je známá svým aktivním přístupem k ekologii a přírodním zdrojům... Celý článek [zde](#)



Nové velkoformátové tiskárny Mutoh XpertJet

Na podzimní a předvánoční období přichází japonský výrobce MUTOH s novými velkoformátovými tiskárnami... Celý článek [zde](#)



Nové LED moduly pro zástavbové hloubky od 4cm

Firma Dencop Lighting spol s r.o. v minulém týdnu uvedla na trh nové LED moduly vhodné do aplikací od hloubky 4cm. Tyto LED moduly mají velmi dobře... Celý článek [zde](#)

REKLAMA POLYGRAF

28.–30. 4. 2020

Náročné prolisy?
Složitě povrchy?

INVESTUJTE
do špičkových
litéch fólií Mactac
a UŠETŘETE
čas a energii při
aplikaci.

www.hsw.cz



NOVÉ ImagePerfect™ High Performance Polymeric 2503, 2504 a 2506

Nové nejmodernější verze digitálních fólií

Nyní také verze se semi-permanentním lepidlem (čiré / šedé), matné fólie, fólie s LSE (nízkou povrchovou teplotou) a technologií PerfectApply
Životnost 8 let, Nové možnosti aplikace,
Vynikající potisknutelnost



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



Leading Brands
for Graphic Solutions

Rozsviňte své prezentace bez kabelů

V rámci systému Vitrine Media nabízí společnost REX nově možnost dodat světelné rámečky s „power bankou“. Díky... Celý článek [zde](#)



Co nového u značky Signracer?

Tiskárny Signracer jsou české odborné veřejnosti díky společnosti HSW Signall, která je u nás distribuuje, dobře... Celý článek [zde](#)



ROZHOVOR NA TÉMA:

Ovládnou tlačové stroje aj ženy?

Na Strednej odbornej škole polygrafickej v Bratislave sa v čase uzávierky minulého čísla nášho Newsletteru konala medzinárodná fotografická súťaž Foto brigáda 2019. Pri tejto príležitosti vznikol aj tento rozhovor s riaditeľom Romanom Šípom. Zďaleka sa ale netýka iba samotnej súťaže.

Máte za sebou organizáciu 3. ročníka medzinárodnej fotografickej súťaže študentov stredných škôl pripravujúcich žiakov v oblasti fotografie a médií. Prečo ste sa rozhodli organizovať túto súťaž?

Dôvodov je hneď niekoľko. Tým prvým je dať študentom možnosť porovnať svoje schopnosti s rovesníkmi z viacerých škôl zo Slovenska aj zo zahraničia. Každá škola má pri príprave svojich študentov špecifický prístup. Spájanie rôznych pohľadov súťažiacich na rovnakú tému je tou najlepšou platformou. Digitálna fotografia vytvára obrazový most v modernej masmediálnej komunikácii. Na obrazové predlohy sú zo strany médií kladené

vysoké nároky, takže súťaž umožňuje študentom zvýšiť svoju kvalifikáciu a nechať svoju prácu posúdiť odbornou porotou. To je druhý dôvod. Tým tretím je jednoducho potreba byť na mape európskych stredných škôl s podobným zameraním. Pracovný trh sa globalizuje, takže je dobré poznať situáciu a mať živé kontakty medzi študentmi aj pedagógmi.

V podobnom duchu medzinárodnej spolupráce študentov sa nesie aj pravidelne organizovaný medzinárodný turnaj vo futbale?

Osobná komunikácia má pri budovaní vzťahov nezastupiteľné miesto. Vidíme, že cez sociálne siete sa dá komunikovať, ale len veľmi ťažko vytvoriť skutočné priateľstvá. My chceme pre našich študentov vytvoriť atraktívne možnosti získať medzinárodné skúsenosti. Aj takéto súťaže nám pomáhajú vytvárať vzťahy s inými školami, s ktorými môžeme vytvoriť užitočné projekty medzinárodnej spolupráce. V tom máme plnú podporu aj zo strany Bratislavského



Roman Šíp

samosprávneho kraja ako zriaďovateľa našej školy. Memoriál Tibora Kertésza sa stal obľúbeným podujatím, kde naši partneri radi privedú svojich študentov, lebo okrem športu majú príležitosť spoznať aj Bratislavu a jej okolie. Vidia školu, jej vybavenie, internát a naše mesto, takže svojim spolužiakom dokážu povedať osobné dojmy a spätná väzba hovorí, že sú to pre nich príjemné spomienky.

Veľa energie venujete výmenným pobytom vašich študentov v rámci programu Erasmus. Čo to škole prináša?

Už v stredoveku vedeli remeselníci, že je nutné získavať medzinárodné skúsenosti. Tovariš musel absolvovať vandrovku, získať vysvedčenie a zložiť majstrovskú skúšku. Aj v súčasnosti má takéto spoznávanie svojho odboru veľký význam. Veci, ktoré študenti považujú za samozrejmé, vidia, že vôbec samozrejmé byť nemusia. Z pobytu v zahraničí si prinesú nové skúsenosti, príjemné spomi-



Na škole nájdete aj polygrafické múzeum



Účastníci súťaže FOTOBRIGÁDA



Dievčenské družstvo v súťaži tlačiarov Print Star



enky a veľa sebavedomia. Naše vybavenie pre praktické vyučovanie je naozaj na veľmi dobrej úrovni a veľa škôl sa naozaj teší na výmenné pobyty, lebo si tu študenti môžu vyskúšať technológie, ktoré doma nemajú k dispozícii. Tieto medzinárodné výmeny prinášajú našim študentom pocit sebavedomia, hrdosti na vlastnú školu a škole samotnej dobré renomé v zahraničí.

Všimol som si, že riaditeľ školy z Chorvátska bol veľmi príjemne prekvapený z vašej školy. Čo ho zaujalo najviac?

Úroveň vybavenia a možnosti v rámci praktického vyučovania. Ich koncept prípravy je skôr zameraný na výchovu poskytovateľov grafických služieb a obsluhu menších prevádzok. Bol veľmi rád, že študenti budú pripravovať tlačové podklady a pozrú si aj polygrafické prevádzky.

Medzi študentmi odboru tlačiar som videl aj študentku. Na súťaži tlačiarov prišlo z Olomouca čisto dievčenské družstvo. Je záujem dievčat o štúdium tohto odboru výnimkou, alebo sa menia trendy?

Obsluha a údržba moderných tlačiarenských strojov sa zautomatizovala a uľahčila do takej miery, že túto prácu pohodlne zvládajú aj dievčatá a ženy. Pre nás je to veľmi príjemná skúsenosť. Musím pochváliť zodpovednosť a zručnosť našej študentky. Dosahuje veľmi dobré výsledky a už teraz je v našej školskej tlačiarňi platným kolegom. Nechcem povedať, že záujem dievčat o odbor tlačiar je nový trend, ale najmä v Olomouci je veľa dievčat a rovnako dosahujú veľmi dobré výsledky. Myslím, že aj zamestnávateľia budú veľmi príjemne prekvapení.



Súťaží sa aj v technológii linorít



Víťazi vlaňajšieho ročníka medzinárodného turnaja vo futsale Memoriál Tibora Kertésza

HEXIS BODYFENCE - film pro ochranu laku nejen vozidel

Obliba a poptávka po aplikacích ochranných filmů u wrappingových společností v ČR i na Slovensku stále stoupá. V COMIMPEX PRINTu zaznamenáváme opět zvýšenou poptávku po materiálu HEXIS BODYFENCE.

Jedinečné vlastnosti HEXIS BODYFENCE

HEXIS BODYFENCE film je termoplastický kompozitní uretanový film tvořený několika speciálními vrstvami, který se aplikuje na karosérie nových i starších vozidel. Slouží k ochraně laku proti odlétajícím kamínkům, narážejícímu hmyzu, drobným oděrkům a dalším nepříznivým, agresivním vnějším vlivům, které vozidla na cestách běžně potkávají. Díky vysoké čirosti HEXIS BODYFENCE filmu, nedochází ke změně odstínu laku vozu a unikátní konstrukce materiálu zabraňuje ulpívání nečistot na povrchu vozu. Důležitou a speciální vlastností je také možnost obnovení porušeného, poškrabaného povrchu zahřátím např. pomocí horkovzdušné pistole. Film je vyráběn a dodáván v šířkách od 615 mm do 1,520 mm. Aplikuje se tzv. na mokro, pomocí doporučeného aplikačního gelu HEXISGEL. Trvanlivost filmu je až 7 let. V nabídce společnosti HEXIS je materiál v provedení s lesklým a matným povrchem. Specialitou je zatmavený transparentní materiál BLACKLIGHT pro aplikaci na zadní světlomety vozidel.

Spolupráce se společností HEXIS

Společnost HEXIS nově, k již oblíbenému produktu, nabízí koncept franšízy BODYFENCE CORNER – pobočka a showroom aplikace BODYFENCE PPF a také software pro ekonomické řezání a plánování částí dílů na karosérie vozidel vč. databáze šablon desítek tisíc typů, který výrazně usnadňuje wrapperům práci. Dále nabízí možnost stát se certifikovaným aplikáto-

rem a účast na pravidelně organizovaných školeních. HEXIS BODYFENCE film je produkt vyrobený v Evropské unii, ve Francii, společností HEXIS, která má více jak 30. letou zkušenost v oboru vývoje a výroby samolepících filmů a fólií pro všechny průmyslové části trhu. V laboratořích společnosti HEXIS udržují a zvyšují neustále kvalitu materiálu. Všechny tyto vlastnosti a informace společně dělají z materiálu HEXIS BODYFENCE velmi silný nástroj ochrany karoserií Vašeho vozového parku a pomohou udržet jeho hodnotu, např. pro následný odprodej nebo zvýšení doby použitelnosti produktu pro Váš business. V porovnání s konkurenčními materiály si HEXIS BODYFENCE pevně drží svoji pozici na poli PPF. Celosvětový trend a segment trhu PPF aplikací zaznamenává růst a výhled je prozatím stejný. Aplikace HEXIS BODYFENCE filmu nemusí

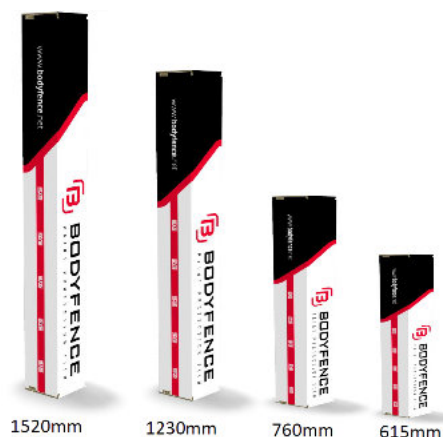
navíc nutně a pouze směřovat do části trhu osobní automobilové dopravy. Velký podíl a potenciál mají rovněž i aplikace na trhu elektroniky, průmyslu a obrany, hromadné dopravy, letectví, lodní dopravy – zkrátka všude tam, kde je poptávka po zvýšení odolnosti a trvanlivosti povrchu s potřebou obnovitelnosti povrchu a/nebo následným dalším prodejem ochraňovaného předmětu. Distributorem materiálu HEXIS BODYFENCE v České republice a na Slovensku je společnost COMIMPEX PRINT. V případě dotazů nebo zájmu o uvedený produkt nás neváhejte kontaktovat na:

sales@c-print.cz

Zajímavá videa:

https://youtu.be/GZjx_pYin5o

<https://youtu.be/lyk33cN8qUMM>



Podnikáme kvůli obratu nebo zisku?

Dne 15. 10. proběhl na Dni signmaking odborný workshop na téma Kombinace prodeje produktu a služeb v obchodní strategii. Přednášejícím hostem byl Petr Janoušek, který 12 let pracuje pro jako Project Partner společnosti M. C. Triton. Během kariérní praxe zodpovídal za zavedení značky Nike na náš trh a 14 let jí vedl jako generální ředitel. Workshop vzbudil velmi pozitivní zpětnou vazbu mezi účastníky, a proto jsme jej požádali o krátký rozhovor pro newsletter Signinvention.

Při své práci radíte firmám, jak zefektivnit jejich obchod. S jakými nedostatky se nejčastěji setkáváte?

V souvislosti s cenovou strategií se často stává, že obchodníci prodávají primárně tzv. cenou. V praxi to pak znamená, že dochází k nejhorší kombinaci: Produkt se prodává s velkou slevou a mnoha neplacenými službami, jejichž náklady snižují již tak nízkou marži. Je třeba si stále uvědomovat, že byznys se nedělá kvůli obratu, ale kvůli zisku. Z toho by měl vyplývat důraz na „zdravou“ marži.

Cena je mnohdy daná trhem. Dá se s ní něco dělat?

Ve většině oborů má cena dva komponenty – cenu za produkt a cenu za služby. V některých segmentech trhu je cena produktu všeobecně známá a tedy porovnatelná, z čehož vyplývá velký tlak na cenu a v extrému to vede k tomu, že produkt má znaky komodity. Pro většinu firem v těchto segmentech je pak samozřejmostí, aby celkovou marži podporoval prodej a cena služeb. Samozřejmě to musí být služby, které zákazník ocení. Z uvedeného také vyplývá, proč se většina dobrých firem snaží neprodávat produkt, ale řešení. Častá námitka proti účtování služeb je, že konkurence je dává zdarma...



Petr Janoušek

Jednak je potřeba důsledně a opakovaně prezentovat zákazníkům, jaké všechny služby jim jsou poskytovány jako neplacené, protože jinak mají tendenci to brát jako samozřejmost. Vedle toho průběžně rozšiřovat nabídku placených služeb. Například nových služeb, po kterých vzniká na trhu poptávka nebo dokonce

takových, které znamenají „rozkročení se“ před nebo za náš „core business“.

V případě velkých zákazníků je enormní tlak na cenu produktu i návazných služeb. Co byste poradil svému klientovi, aby generoval vůbec nějaký zisk?

V přístupu k velkým zákazníkům se zpravidla firmy snaží buď o strategii větších slev z ceníku na produkt a vybalancování marže nabídkou více služeb pojímaných jako nadstandard – tj. placených nebo o vyjednávání nižších slev na produkt a zahrnutí více služeb jako neplacených. Důležitá je také skladba produktové pyramidy ve smyslu zvýšení podílu prodeje top produktů, kde je zpravidla větší prostor pro marži. Je to však opět spojeno s předpokladem, že obchodníci umí vysvětlit benefity pro zákazníka a tyto produkty prodat.

Je na trhu vidět snaha o zlepšování marže?

Řada firem ve vašem segmentu již delší dobu čelí tomu, že dochází k přesměrování marketingových budgetů firem směrem k on line reklamě. Nicméně řada odvětví se stále nachází ve fázi růstu, čehož se firmy obecně snaží využít ke zvyšování cen, rozšíření placených služeb atd. Cílem je vytvořit si tak v marži prostor pro fázi, kdy dojde k ochlazení trhu. Děkuji za Vaši prezentaci na Dni signmakingu i za tento rozhovor.

Zdeněk Sobota



Den signmakingu

Máme za sebou velmi povedený ročník tradiční akce, která v posledních letech hledala svůj optimální formát. Myslím, že všichni účastníci sdílí stejný pocit, že letos se podařilo program ušít přesně na míru. Forma i obsah byly přijaty účastníky velmi pozitivně.

Den signmakingu začal svou tradici jako podzimní prodejní prezentace členů Sdružení dodavatelů pro signmaking. Lokalizace v Brně, případně v Bratislavě měla zajistit bližší kontakt s výrobci reklamy z Moravy a Slovenska. Forma klasické výstavy však již několik let nevyhovovala potřebám trhu a tak se hledala cesta k dalšímu formátu a to ke konferenci, která by nabídla užitečné informace a umožnila i prezentaci dodavatelů. Atraktivitu zvyšovalo i Mistrovství ČR a SR v Carwrappingu. Stále se však hledala optimalizace.

Z konference workshop

Letošní Den signmakingu Brno se uskutečnil 15. října v konferenčních prostorách Impact Hub Brno a vše si sedlo. Přibližně sedmdesátka účastníků si vyslechla dva konferenční bloky, které se svou atmosférou přibližovaly spíše workshopu, protože bravurně zvládnuté přednášky měly dostatek prostoru pro aktivní zapojení účastníků.

Kombinace produktu a služeb v obchodní strategii

První část konference vedl Petr Janoušek, konzultant firmy Triton. Jako specialista na obchodní řešení dokázal zaujmout, a i ti nejzkušenější obchodníci si mohli ověřit, zda je jejich obchodní jednání bez chyb. Obsah si shodně pochvalovali jak výrobci reklamy, tak obchodníci od dodavatelských firem.

Všichni víme, že nic není zadarmo, a proto je důležité i ty služby, které obchodník dodává jako součást hlavní dodávky náležitě ocenit. Je dobré zákazníkům dodávat vše v celkovém obchodním balíku. Zkrátka nestačí generovat obrát, ale je důležité zachovat i potřebnou míru marže. Argu-

mentace je v této oblasti silnou zbraní a účastníci teď mají nabitou ostrými. Nezapomeňme, že zvyšovat cenu můžeme v době, kdy se ekonomicky daří. Kdo se nezáčastnil, bude minimálně v této sezoně v nevýhodě.

Jak se lépe soustředit a být produktivnější

Všichni se opravdu těšili na Daniela Gamrota a jeho rady na zvýšení osobní produktivity. Prošli jsme si hodně teorie, někteří si i zacvičili. Pro zvýšení efektivnosti je důležitá schopnost soustředit se a správně si stanovit priority. Co všechno nás odvádí od ideálního stoprocentního návyku? Jsou to telefonáty, kolegové a naše vlastní hlava. To všichni víme, ale Daniel zdůraznil, že je pro nás velkou překážkou i naše vlastní tělo. Život se totiž nepodobá „béčkovému“ filmu, kdy hlavní superhrdina vše zvládne svou silnou vůlí. Neplatí, že vše dokáže vládnout silná vůle. Jediné se silnou vůlí zvládne nápor určitě lépe než běžný smrtelník, ale naše tělo má přirozené limity a obranné mechanismy, které se automaticky spouští, když člověk opouští komfortní zónu. K dosažení lepších výsledků ale komfortní zónu musíme bezpodmínečně opustit.

Kdo projde Údolím smrti?

Každé předsevzetí vyžaduje důkladnou přípravu. Daniel vysvětlil, že na vybudování cíleného návyku je potřeba minimálně 9 měsíců. První dny nás naše motivace přesvědčí, že zvládneme i náročné cíle. Kritický třetí den ale určitě známe všichni. Právě zde začíná ono Údolí smrti. Smrti všech dobrých předsevzetí a snah.

„Jakákoliv změna stereotypu je pro naše tělo a mysl nepohodlná,“ zdůraznil Daniel Gamrot. „Je proto důležité vědět, že demotivace přijde a bude velmi silná. Bez důkladné přípravy tato snaha o změnu ztroskotá. Nesmíme proto podcenit tuto zkušenost a je lepší si neustále uvědomovat, že toto období přijde a bude trvat minimálně měsíc. Je jedno, zda si řeknete, že chcete přestat kouřit, chcete začít běhat, učit se

cizí jazyk, nebo změnit software. Nabízíme proto několik rad, jak přežít cestu Údolím smrti.“

1. Nejděte si minimálně 5 pádných důvodů, proč se do změny pouštíte.
2. Stanovte si chtěný výsledek, který od změny očekáváte. Nesnažte se jenom napodobovat něčí cestu.
3. Připravte si na změnu prostředí. Zbavte se rušivých věcí. Když nechcete jíst brambůrky, tak je nekupujte – ani pro návštěvy.
4. Předem si připravte malé kroky postupu, až směšně malé, aby se vám bylo stydno samému před sebou je neudělat. Připravte si varianty, co budete dělat za různých situací. Velmi to pomáhá.
5. Najdete si sparing partnera, se kterým se budete posouvat kupředu.

Co zůstalo v paměti?

Po skončení konference jsem oslovil několik kolegů a požádal je o to, aby mi sdělili, co si zapamatovali z dnešního dne jako myšlenky, se kterými chtějí dále pracovat:

- „I když je obchodní strategie společnosti nabídnout některé služby zadarmo, nesmíme zapomenout zákazníkovi vyjádřit jejich cenu a nestačí to udělat jenom jednou.“
- „Obrát bez marže je horší než obchod neudělat.“
- „Budu hledat nové segmenty trhu, kde je vyšší ziskovost.“
- „Vždy jsem podcenil důkladnou přípravu na změnu. Věřím, že to v budoucnosti zvládnou lépe.“
- „Když se rozhodnu udělat něco pro své zdraví, musím si vyhradit čas na tuto činnost v plánovacím kalendáři. Jinak tento čas překryje něco jiného. Je potom mnohem snazší nepolevit.“
- „Nastavím si každých 50 minut práce a 10 minut přestávky, kde udělám pár cviků.“

František Kavecký



Moderné prevedenie polymerických fólií ImagePerfect™

Spoločnosť Spandex, dodávateľ inovatívnych riešení pre signmaking, grafický a displejový reklamný priemysel, pridala do svojho portfólia nové verzie produktov ImagePerfect High Performance Polymeric 2503, 2504 a 2506 v sérii materiálov pre digitálnu tlač.

Do radu produktov ImagePerfect High Performance Polymeric boli pridané verzie so semi-permanentným lepidlom, matné verzie ako aj verzie so špeciálnym lepidlom – na prilepenie na substráty s nízkou povrchovou energiou LSE (Low Surface Energy – nízka povrchová energia) a/alebo substráty s nízkou povrchovou teplotou. Všetky polymerické fólie tejto série ImagePerfect™ majú 8-ročnú životnosť. Obsahujú permanentné alebo semi-permanentné lepidlo, čierne alebo šedé, a v niektorých bola pridaná aj technológia PerfectApply, ktorú vyvinula spoločnosť Spandex na jednoduchú a bezbublinkovú aplikáciu.

Zamerané na veľkoformátovú tlač

Všetky polymerické materiály boli špeciálne vyvinuté pre digitálnu tlač na veľkoformátových tlačiarnach pre tlač s eko-solventnými, solventnými, UV vytvrdzovanými a latexovými atramentmi. Patria medzi najmodernejšie materiály s permanentným alebo semi-permanentným lepidlom, určené pre interiérové a exteriérové aplikácie ako sú značenia, dekorácie a grafiky pre vozidlá. Fólie poskytujú vynikajúce textové

rozlíšenie a široký farebný gamut zabezpečujúci plnofarebnosť grafiky a žiarivosť farieb. Obsahujú špecifické polymerické, nemigrujúce zmäkčovadlá a UV stabilizátory, ktoré zaisťujú dlhotrvajúcu exteriérovú životnosť. Všetky produkty tejto série sú vybavené podkladovým papierom, ktorý má výborné rovinné vlastnosti.

Aplikácia fólií

Potlačené fólie musia byť pred ďalšou úpravou úplne suché. To isté platí aj pri samotnej aplikácii polymerických materiálov ImagePerfect High Performance, kde by mal byť povrch úplne suchý a čistý. Použitím čističa IP Surface Cleaner (MIP1000) a bezvláknenných utierok IP Surface Cleaning Cloths (MMS8373) zabezpečíte, že povrch bude suchý, bez prachu a mastnoty. Biele fólie sú kompatibilné so životným prostredím (nepotlačené): vyhovujú normám EN71-3 (migrácia/prenos ťažkých kovov), EN ISO 11885 (koncentrácia ťažkých kovov), smernici 2005/84/ES o ftalátoch – (nariadenie REACH). Všetky materiály majú za názvom aj označenie Pro.

Pre viac informácií o nových fóliách ImagePerfect™ volajte ZDARMA 800 100 741, alebo 286 006 455 a 545 422 355, alebo navštívte naše webové stránky www.spandex.cz.



Bezproblémový velkoformátový tisk s novými modely imagePROGRAF PRO

Nová série imagePROGRAF PRO od společnosti Canon dělá vysoce kvalitní velkoformátový tisk jednodušším a dostupnějším, ať už jde o fotografie nebo společnosti nabízející profesionální tiskové služby. Umožňuje tisknout efektní plakáty a otevírá nové možnosti v umění, navíc díky bezokrajovému tisku bez nutnosti ořezu a rámování. ImagePROGRAF PRO dokáže proměnit skvělé nápady v profesionální tisk – a vyšší zisk – rychleji a s minimální nutností manuálních zásahů. Díky pěti novým modelům této série se nyní ten správný najde pro každého uživatele a firmu. Všechny modely nabízejí nejmodernější úroveň automatické manipulace s médii a ještě chytřejší možnosti workflow.

„Tisíce společností již využívají modely řady imagePROGRAF PRO a naše značkové pigmentové inkousty LUCIA PRO k tomu, aby mohly vytvářet velkoformátové tisky s grafikou, uměleckými reprodukcemi či fotografiemi. Pět nových modelů, které jsou nabitě technologiemi, jež za vás udělají všechnu namáhavou práci, přináší jistotu výjimečné kvality. Můžete tisknout chytřejší, rychleji a s mnohem menším odpadem,“ říká Junichi Wachi, ředitel divize LFP EMEA společnosti Canon Europe.

AUTOMATIKA + PŘESNÁ MANIPULACE S MÉDII = VYŠŠÍ PRODUKTIVITA

Čím méně času strávíte nastavováním tiskárny, tím lépe. Čas jsou peníze a nikdo o ně nechce přicházet tím, že se snaží umístit roli na správné místo nebo že se pokouší zjistit, jestli má ve stroji dostatek správného papíru, aby mohl dokončit tiskovou úlohu. „S novou sérií imagePROGRAF PRO stačí založit roli do podavače a médium se automaticky zavede, zatímco nový systém automatického rozpoznání tiskového média zjistí typ a velikost papíru, takže se můžete soustředit na ostatní úkoly, ať už tiskové, nebo byznysové,“ říká Jiří Linhart, specialista na velkoformátová tisková řešení společnosti Canon CZ. „Dokonce můžete v průběhu tisku na roli z prvního zásobníku vyměnit médium v druhém zásobníku a odeslat na něj další tiskovou úlohu. Systém si také pamatuje, jak často a pro jaké úlohy toto médium používáte, takže se detekce média pokaždé stále zpřesňuje,“ dodává Linhart s tím, že s ohledem na minimální potřebu manuální práce s tiskovým médiem



imagePROGRAF PRO-6100S (60" – 8 barev)



imagePROGRAF PRO-4100S (44" – 8 barev)

odpadá i riziko nežádoucích otisků prstů na roli. Další častý problém vzniká ve chvíli, kdy v polovině tiskové úlohy dojde médium. Následkem je ztráta času při novém zadávání tisku, ale také zbytečné náklady na médium a inkoust. „S novými modely série imagePROGRAF PRO se to stát nemůže. Ovládací panel jasně ukáže, kolik média ještě zbývá, a pozná, zda je ho dost pro danou tiskovou úlohu. O tuto funkci se starají dva snímače – jeden v zásobníku na roli a druhý v blízkosti tiskové oblasti, které společně hlídají, kolik média bylo již podáno do zařízení. To zajistí maximálně přesný odhad, takže když od stroje odcházíte, můžete si být jisti, že se nebudete muset vrátit dřív, než bude tisková úloha dokončena,“ přibližuje Linhart. Na displej ovládacího panelu jsou také umístěna tlačítka pro nejčastěji využívané operace – ‚Load‘, ‚Feed‘ a ‚Cut‘ – aby byla práce se strojem ještě intuitivnější a snadnější. „Tisk je o převádění nápadů na papír. Čím jednodušší a rychlejší tento proces je, tím lépe. Strávili jsme hodně času diskusí s našimi zákazníky, kteří využívají velkoformátový tisk, a bavili jsme se o tom, co jejich práci zpomaluje a co je frustruje. Komplikovaná manipulace s médii byla jednou z nejčastějších odpovědí. Proto byla optimalizace tohoto procesu při konstrukci nových modelů tiskáren imagePROGRAF PRO prioritou s cílem zvýšit ziskovost a celkový výnos. Jedná se o velké zlepšení, zejména u strojů PRO-4100S a PRO-6100S, které byly navrženy tak, aby byly schopné splnit vysoké nároky na produktivitu od dodavatelů komerčních tiskových služeb,“ říká Junichi Wachi.

NASTAVENO PRO TISK

Spousta věcí se musí stát před tím, než dojde ke stisku tlačítka ‚tisk‘. Většina z těchto činností

je kreativní, například ideální nastavení snímku. Některé činnosti jsou ale spíš praktické – jako uspořádání snímků tak, aby byl tisk co nejvíce ekonomický. Pro maximální usnadnění nezbytné předtiskové přípravy využívá řada imagePROGRAF PRO novou verzi softwaru Canon s názvem Professional Print & Layout, která přináší výjimečná zlepšení. Funkce automatického uspořádání vytěží maximum z média – stačí přetáhnout a umístit snímky a software automaticky navrhne, který kam zařadit. Díky funkci tisku vzorků už není nutné při kompenzaci barev postupovat způsobem pokus – omyl a plýtvat tak časem. Místo toho je možné si vytisknout několik náhledů, na nichž se zkontroluje jas, kontrast a další proměnné. Tisk proběhne teprve tehdy, kdy je nastavení dokonalé a jistota správného výsledku nejvyšší. „Přemýšlíme takto: papír a inkoust jsou drahé komodity, proto je škoda je používat, dokud si nebudete jisti, že to, co vyjde z tiskárny, nebude stejně dobré jako to, co vidíte na monitoru. Professional Print & Layout je velmi důmyslný nástroj, který zajistí, aby byly výtisky dokonalé hned napoprvé,“ vysvětluje Junichi Wachi.

BEZOKRAJOVÝ TISK

Výhody bezokrajového tisku jsou nepopíratelné. Problém je, že jeho provedení není vždy snadné a dokončovací práce mohou zabrat spoustu času. „U nové řady tiskáren imagePROGRAF PRO tomu tak není. Umožňují bezokrajový tisk různých formátů, ať už je velikost média jakákoli, díky pokročilému senzoru pro média, který detekuje okraje a automaticky je upravuje pro dokonalou přesnost. Můžete si také zvolit libovolnou velikost nebo bezokrajový tisk ze tří stran,“ říká Jiří Linhart, specialista na velkoformátová tisková řešení společnosti Canon CZ.



REKLAMA POLYGRAF OBALY

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



www.reklama-fair.cz

28.–30. 4. 2020

OFICIÁLNÍ VOZY



Xerox zdokonaluje vlastnosti tiskového stroje Xerox iGen 5

Společnost Xerox představuje novinky v oblasti produkčního tisku. Extra dlouhý arch XLS a žlutý fluorescenční toner (Flourescent Yellow Dry Ink) rozšiřuje možnosti tisku na barevném produkčním tiskovém stroji Xerox iGen® 5.

„Vylepšení jsou navržena tak, aby zvýšila všestrannost, produktivitu a škálovatelnost stávajících investic našich klientů. Nové možnosti vytvářejí z iGen 5 nejvšestrannější digitální barevný produkční archový tiskový stroj na trhu,” říká Tracey Kozioł, senior viceprezidentka společnosti Global Offerings, Xerox.

Univerzální možnosti tisku

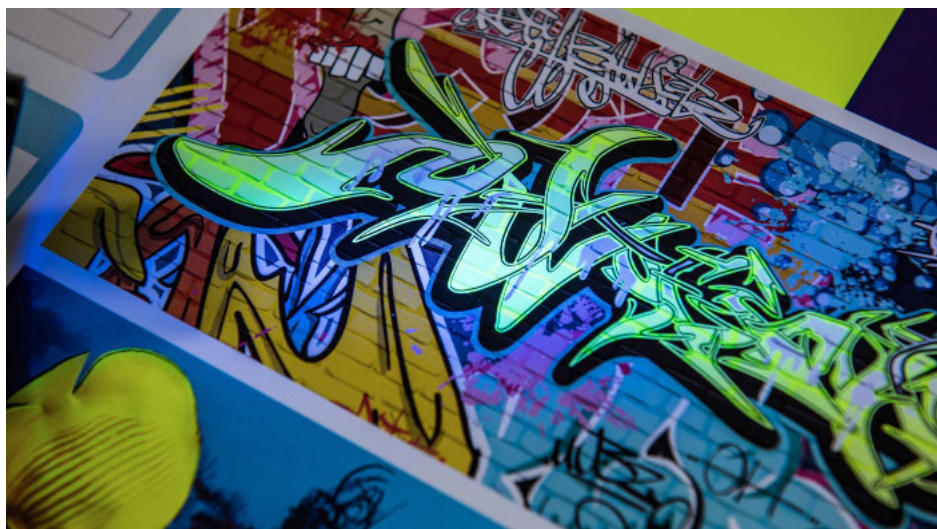
iGen 5 XLS umožňuje tisknout na archy o velikosti až 889 mm skvělou rychlostí. Nabízí také produkční podávání a skládání archů. Produktivita stroje iGen 5 se zvyšuje až o 25 procent, a to díky možnosti umístit více zakázek na jeden arch. Partneri mohou dále zvýšit univerzálnost využití stroje pomocí aplikací pro tisk 4-panelové brožury, obálek na knihy, bannerů, velkoformátové reklamy, panoramatické kresby a tisku na více stránek. „Barevný digitální tiskový stroj Xerox iGen 5 s pěti tiskovými jednotkami (CMYK+) je unikátní především svým formátem B3+ a vysokým produkčním výkonem. Xerox pravidelně uvádí na trh jeho nová zdokonalení, která dále rozšiřují možnosti využití. Aktuální novinkou je prodloužený tiskový arch o délce 889 mm a fluorescenční žlutá doplňková barva. Nové vlastnosti tiskového stroje naleznou největší uplatnění v oblasti malonákladového tisku obalů,” říká Petr Jetel, produktový manažer Xerox ČR.

Široká škála barev

Produkční stroje iGen 5 umožňují k tisku oranžovými, zelenými a modrými rozšiřujícími barvami využívat páto tiskovou stanici s fluorescenčním žlutým tonerem, bílou nebo transparentní barvou. „Způsob, jakým se barvy tisknou, se neustále vyvíjí, technologie tonerů jsou stále dokonalejší. Xerox jako průkopník stojí v čele vývoje nových funkcí za pomoci tonerů a barev, které umožňují tiskárnám posouvat hranice tisku, aniž by došlo ke snížení produktivity nebo kvality. Fluorescenční žlutý toner pro iGen 5 je toho dalším příkladem,” dodává Kozioł. Nové možnosti barevného tisku nabízí výběr parciálních a plošných efektů či vylepšují tisk fotografií a vodoznaků. Žlutý inkoust je speciálně vytvořen tak, aby zářil pod UV světlem. Je vhodný například pro tisk bezpečnostních ochranných prvků, obálek na knihy, obalů nebo direct mailu. Automatizované workflow Xerox FreeFlow® Core dokáže zpracovat data i pro zakázky se speciálními barvami a zajišťuje tak bezproblémový průběh výroby.

Ocenění za kvalitu

Za nová vylepšení pro iGen 5 získala společnost Xerox dvě ceny „RED HOT Technology“ od Asociace pro tiskové technologie (Association for Print Technologies). Celkově letos Xerox vyhrál sedm cen. Tiskový stroj Xerox iGen 5 s XLS a fluorescenční žlutý toner jsou k dispozici od října 2019.



Po 100 letech přechod k digitalizaci



Laura Heuchemer,
spolumajitelka společnosti
Heuchemer Verpackung

Společnost Heuchemer Verpackung z německého Miehlenu oslaví v roce 2020 sto let od svého založení. Firma se specializuje na výrobu obalů z lepenky, kartonu, plastů i dřeva. Díky investici do technologie Durst Water Technology vstoupila firma do světa digitálního zpracování vlnité lepenky.

„Durst nám používáním inkoustů na vodní bázi umožňuje působit na našem největším trhu – v potravinářském a nápojovém průmyslu. To je pro naše podnikání zásadní moment. Díky investici do stroje řady Durst Water Technology využíváme naše odborné znalosti v oblasti vývoje a designu obalů pro novou specializovanou cílovou skupinu s menšími tiskovými objemy. Jsme také nadšeni řešením Durst Workflow Software, které je velmi efektivní v práci s daty a zvyšuje produktivitu strojů,“ hodnotí Laura Heuchemer, spolumajitelka společnosti Heuchemer Verpackung.

Nové výzvy, nové cesty

Vytvoření nové digitální divize bylo odpovědí na poptávku trhu. Zákazníci této společnosti



Někdy stačí použít pouze laserový výsek

s dlouholetou tradicí požadovali stále častěji menší objemy, vysokou flexibilitu a kvalitu tisku. Velká část zákazníků působí v potravinářském průmyslu, takže volba vhodné technologie byla o to náročnější. Nakonec si společnost vybrala kombinaci technologií, která ji umožňuje nabízet exkluzivní výrobky digitální cestou. Divize Heuchemer Digital byla otevřena v roce 2019, aby zákazníkům nabídla digitální cestu pro výrobu obalů z vlnité lepenky. Investice zahrnovala výrobní stroj Delta WT 250 6c s možností tisku ve dvou paralelních řadách, průmyslový

podavač, registrační stůl a stohovač. Součástí dodávky byl i Durst Workflow Software a inkousty na vodní bázi. Pro dokončování si investor vybral výkonnou laserovou technologii Highcon Euclid IIIC. Takto mohou vznikat velmi působivé obaly s laserovým výsekem, dokonalým tiskem i ve vysokém lesku, a to vše s vysokou flexibilitou.

Přechod do nové éry

Vytvoření digitální divize znamená pro firmu přechod do nové éry podnikání v polygrafickém průmyslu. Díky digitální technologii se zbavila závislosti pouze na velkých zakázkách. Důležitý byl i fakt, že v tom nebyli sami. „Technická podpora byla profesionální a rozsáhlá. Školení v Durstu i v našem místním závodě v Miehlenu bylo zaměřeno na konkrétní cíle a zajistilo hladké uvedení technologie do provozu a přechod do podnikání ve stylu 21. století,“ uzavírá Laura Heuchemer.



Obal kombinující perfektní tisk a digitální výsek



Digitální divize je postavena na tiskárně Durst Delta WT 250 a laserovém výseku Highcon Euclid IIIC



Durst Delta WT 250



ONYX 19 a ONYX Hub 2.0

Nová verze u nás nejoblíbenějšího tiskového softwaru ONYX 19 byla uvedena na veletrhu FESPA 2019 v květnu tohoto roku. Jeho předcházející představení v USA bylo nazváno jako předpremiéra a své domácí, americké premiéry se dočká až 23.–25. října na veletrhu PRINTING United v Dallasu. Součástí představení bude i aplikace ONYX Hub 2.0.

Verze ONYX 19 přináší nové špičkové technologie, směřující ke zvýšení výkonu a větší konzistenci barev. S tímto softwarem mohou poskytovatelé velkoformátového tisku směle nabízet služby v dalších oblastech tisku, včetně oblasti soft signage a potisku textilu. Na videu z kanálu ONYX TV se můžete podrobně seznámit s verzí ONYX 19



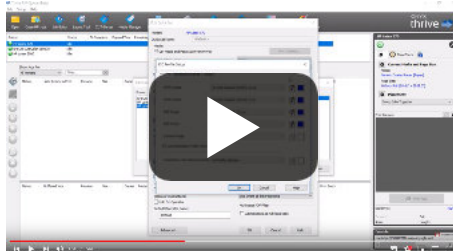
Spark Engine

Tato nová výkonná platforma s pokročilými kompresními algoritmy zvyšuje rychlost ripování až o 400 % a výkon tiskárny až o 200 %. Nová technologie vykreslování, která je součástí technologie Spark Engine, zvyšuje rychlost zpracování úloh vytvořených funkcí Job editoru Step & Repeat dokonce až o 600 %. „Provedli jsme s novou verzí několik srovnávacích testů, které uvedené zvýšení výkonu plně potvrdily, a u počítače se slabším hardwarem je dokonce předčily,“ řekl Jan Havle, specialista společnosti HSW Signall, která u nás software ONYX distribuuje a podílí se na jeho testování a vývoji.



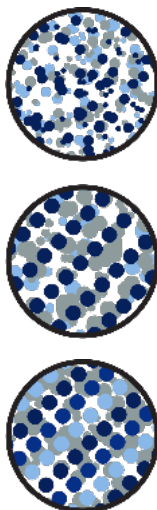
DeviceLink+

Technologie DeviceLink+ je zcela nový systém snadno ovladatelných prvků správy barev pro dosažení konzistentní barevnosti bez nutnosti načtení dat z nových vzorkovnic nebo použití zařízení k měření barev. Uživatelé ocení možnost snadné automatizace color managementu. Systém zajišťuje konzistenci barev u výstupů stejného motivu z různých tiskových technologií, stejně jako automatické vytváření DeviceLink profilů a podporu jejich používání. O vytváření profilů je i následující video z kanálu ONYX TV.



Nové rastry

Do verze ONYX 19 byly přidány nové tiskové rastry Enhanced Stochastic, Line Stochastic a Screen Stochastic, které poskytují vyšší kvalitu tisku. První eliminuje prázdný prostor při umísťování tiskových bobů se zlepšenou korelací kapek mezi inkoustovými kanály. Druhý upravuje úhly umístění barev s ohledem k černému kanálu pomocí vylepšeného stochastického vzoru pro plynulejší lineární výstup. Třetí dodává plynulost černých, azurových a purpurových bodů, zatímco pro všechny ostatní inkoustové kanály použijte vylepšený stochastický vzor.



Jedinečnost řešení

ONYX 19 je prvním a zatím jediným řešením, které umožňuje vytvářet profily technologií icc-MAX verze 5, jež zajišťuje vysokou přesnost a kvalitu zpracování barev. Ve spojení s nejnovějším Adobe PDF Print Engine (APPE) 5.1 je tento software nejlepším řešením pro všechny tiskové aplikace.

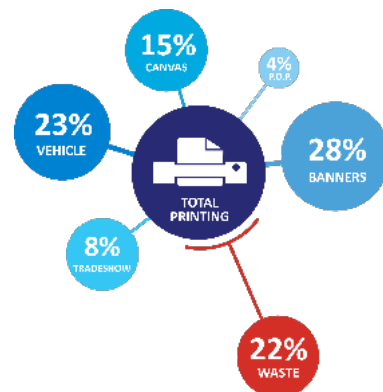
Pohled uživatele

V tomto videu se s vámi podělí o své zkušenosti majitel společnosti Spectrum Graphics, který dokáže využít výhody softwaru ONYX 19 ve svém každodenním pracovním životě.



ONYX Hub 2.0

Ekonomické informace mají pro úspěšné podnikání stále větší význam. ONYX Hub je řešení, které uživateli tiskového softwaru ONYX nabízí podrobné informace o reálné spotřebě materiálu a inkoustu u jednotlivých zakázek, pomáhá efektivně stanovovat ceny a poskytuje přehled výkonnosti provozu. Informace jsou k dispozici v prostředí internetového prohlížeče, takže oblíbená tabulka s aktuálními ukazateli je manažerům k dispozici prakticky neustále. To vše v reálném čase. Nová verze ONYX Hub 2.0 přináší zabezpečené ovládací prvky pro šifrování a správu uživatelů, které chrání citlivá data, a zjednodušuje odesílání úloh z jednoho centrálního bodu. „ONYX Hub nám poskytuje nástroje pro lepší rozhodování o našich pracovních postupech a odhadu naplnění kapacit,“ řekl Geert Peeters z nizozemské společnosti Dr. Sticker. „Už jen to zlepšuje naši efektivitu. Rozhodně cítíme pozitivní přínos ONYX Hub pro naše podnikání.“



Jak získat Onyx 19?

Pro uživatele služby Onyx Advantage je nová verze k dispozici po aktualizaci jejich hardwarového klíče. Ostatní musí nejprve tuto službu zakoupit a své licence aktualizovat. Více informací získáte na adrese jan.havle@hsw.cz.



Nezelená se jenom tráva

Pro velkoplošný digitální tisk má stále větší význam i segment výroby obalů. Nemohli jsme si tedy nechat ujít významný veletrh FachPack 2019, který se konal v termínu 24. – 26. 9. 2019 v Norimberku a přinášíme vám několik zajímavých postřehů.

Prvním je nárůst rezervovanosti trhu. Po několikaletém růstu počtu vystavovatelů a návštěvníků byl aktuální ročník o něco menší. FachPack je kalendář veletrhů již 40 let, takže tento drobný pokles prakticky nic neznamená, ale v kontextu zpráv o ochlazení německého trhu mi nedalo zeptat se některých vystavovatelů na jejich názor. Mnoho z nich charakterizovalo, že jsou svědky jisté investiční rezervovanosti a zvýšené opatrnosti. Mezi vystavovateli ubylo startupů, ale odbornost a početnost publika si všichni pochvalovali. V konečném součtu si cestu na veletrh našlo 44 000 návštěvníků, co je jenom o 1 000 méně než v loňském roce. Vystavovatelů bylo 1 591, co je o 53 firem méně než před rokem. Druhým postřehem je nekompromisní tlak na udržitelnost obalového průmyslu. Ekologický motiv se linul celým veletrhem a podle zájmu návštěvníků je tento problém pro většinu z nich stejně důležitý, jako samotná efektivita produkce. Třetím postřehem je fakt, že v některých oblastech se stále plastu nevyhne a ani neexistuje reálný důvod, proč by se neměl tento materiál zachovat jako součást běžného života. Důležitý je odpovědný výběr konkrétního materiálu a jeho důsledné recyklování. Ten nejdůležitější je ale fakt, že digitální tisk obalový průmysl plně akceptoval i když stále hledá jeho optimální využití. Myslím, že mnoho odpovědí přinese drupa 2020.

Staré téma s novou mízou

V tomto jubilejním 40. roce veletrhu FachPack se klíčovými tématem staly environmentálně vyhovující obaly. Je to problém, který je v sou-



časné době v odvětví obalů více znepokojiv než kterýkoli jiný. Diskuse o ekologických obalech není nová. Již v 80. a 90. letech minulého století existovaly demonstrace proti přílivu odpadu a vyžadující větší ochranu životního prostředí. Výsledkem byly předpisy o obalech a recyklační systémy obalů financované průmyslovým odvětvím. Tato otázka však opět vyvrcholila obavami z plastového odpadu v moři a veřejné debaty o plastech vůbec. Podmínky na německém trhu změnil také nový zákon o obalech, který je platný od začátku roku. „Stanovili jsme toto téma pro FachPack jako hlavní poprvé, protože chceme ukázat, že obalový průmysl řeší tuto výzvu a že vystavovatelé mohou nabídnout četná inovativní řešení a nové přístupy k ekologickým obalům,“ vysvětluje Cornelia Fehlner, ředitelka veletrhu FachPack ze společnosti Nürnberg-Messe. Až 727 z celkového počtu 1 591 vystavovatelů mělo toto téma ve svém progra-

mu a předvádělo obalové materiály, stroje nebo procesy, díky nimž je balení šetrné k životnímu prostředí.

Aby bylo téma ekologických obalů hmatatelnější, měl návštěvník veletrhu k dispozici průvodce, kde byli vystavovatelé rozděleni do čtyř skupin – recyklované obaly, materiály šetřící zdroje, opakovaně použitelné obaly a systémy a nové procesy šetrné k životnímu prostředí.





Ekologické nemusí být hnusné

Zajímavostí byla speciální expozice zaměřená na prémiové obaly šetrné k životnímu prostředí. Spotřebitelé vesměs oceňují stylové obaly, které jsou také šetrné k životnímu prostředí. Vystavené produkty v hale 8 byly dobrým příkladem toho, jak sladit úspěšný image značky, prvotřídní design a udržitelnost. Tuto inspiraci si návštěvníci velmi pochvalovali. Zajímavý byl i program seminářů a přednášek na toto téma.

Bohatý doprovodný program

Návštěvníci měli k dispozici i dvě auditoria, které mnoho přednášejících dokázalo zaplnit prakticky do posledního místa. Mně osobně se velmi líbila přednáška na téma využití matematických modelů pro co nejefektivnější využití prostorů v přepravních obalech a kontejnerech. Každý skladník vám řekne, že praxe jasně ukáže, jak co nejefektivněji naplnit prostor, který máte k dispozici. Chce to jen zkušenost, dobré oko a pevnou ruku. Viděl jsem, že i zkušený specialista z logistiky s velkým zájmem sledovali ukázky, co v celkových úsporách dokáže využití

dalších 7 % prostoru lodních kontejnerů jenom díky drobným změnám právě těch praxí ověřených návyků. Sednout si na jednu přednášku v auditoriu zkrátka ulevilo nohám, ale hodně zaměstnalo hlavu.

Co nabízel digitální tisk?

Nedá se říct, že by se na veletrhu silně prezentovali výrobci digitálních tiskových systémů, ale jejich přítomnost byla nepřehlédnutelná. Hlavním tématem byl potisk kartonu, lepenky a etiket. Dalším tématem byly možnosti zúšlechťování. Vrstvení laku a vytváření efektů představovalo několik firem. Pro nás jsou známá řešení od společnosti Mimaki či MGI / Konica Minolta. „Pro nás je FachPack místem, kde se setkáváme s novými klienty,“ vysvětluje Ingo De Cillia, produktový manažer společnosti awissQ-print. „Digitální tisk oslovuje firmy, které potřebují řešit prototypy, malé série obalů či personalizaci. Známe firmy z oblasti grafického designu, ale na tomto veletrhu si nás najde stále několik zajímavých klientů. Je to opravdu velká příležitost na blánu digitální tisk firmám

z obalového průmyslu. Na našich technologiích se vyrábí pro několik značek nové obaly pro maloobchod. Jsou nasazeny do maloobchodního prodeje ve vybraných prodejnách a měří se jejich interakce se zákazníky. Pro tento způsob výzkumu je digitální tisk ideální. Stejně tak se hodně firem rozhoduje vyrábět variantně prodejné displaye. Opravdu sem přichází hodně zákazníků, se kterými bychom se jinde nepotkali a společně hledáme optimální řešení pro jejich potřeby.“ „FachPack má pro nás dvě rovinu,“ řekl Daniel Bischof ze společnosti Zünd Systemtechnik AG. „Na jedné straně předvádíme stroje našim zákazníkům a na druhé odpovídáme na otázky neznámých lidí. Ještě nikdy se nestalo, že by přišel neznámý zákazník a koupil si na tomto veletrhu stroj. Začalo tu ale několik zajímavých projektů, takže vystavovat je určitě důležité. Co bude s obalovým průmyslem ve střednědobém horizontu zatím nevíme, ale víme, co bude nutné. Je to automatizace a robotizace. To tady výrobcům obalů, spolu se sofistikovanými nástroji a práce s daty, nabízíme.“

Konference Interiéry

Celoživotní vzdělávání a získávání nových informací je pro práci interiérové architektky nezbytností. Kromě čtení článků a návštěv veletrhů je v České republice těchto možností poskromnu. Nejvýznamnějším projektem v oblasti navrhování a zařizování interiérů je konference Interiéry, která se koná již od roku 2012. Letos akce proběhne dokonce na půdě Mendelovy univerzity, což její postavení ještě umocňuje. Každým rokem probíhá jedno hlavní téma. Loni to bylo téma minulosti a budoucnosti, letos nás čeká „design & business“. Posluchači se tak dozví i řadu zajímavých informací z pohledu podnikání, o čemž se téměř nehovoří. Když vedete studio s několika profesionály, řešíte finance, když pracujete na IČO jako freelancer, řešíte finance, když děláte klientovi nabídku – jde zase o finance. Business prostě k této činnosti patří. Všichni z oboru dobře vědí, že to není jen o kreativitě! Konference je určena profesionálům, tedy interiérovým architektům,

designérům, výrobcům a dodavatelům interiérového zařízení, ale také akademikům, studentům a novinářům z odborných médií.

Program

Proběhnou přednášky s tématy, jako je například „Fotografie prodává design“, kterou si připravil zkušený fotograf Jiří Ernest nebo téma „Principy fungujícího designu“ od Jana Kramoliše z univerzity Tomáše Bati ve Zlíně. Velmi praktická bude přednáška „Interiér jako nástroj prodeje“, kterou odprezentuje Jan Šolta, který se podílel například na konceptech restaurací Plzeňského Prazdroje a externě přednáší na UK a VŠE v Praze. Mezi přednášející patří i úspěšný designér Petr Novague a Jaroslav Juřica nebo Jan Fišer, jež vyučuje na Fakultě architektury ČVUT v Praze a Fakultě umění UJEP v Ústí nad Labem. Dotkneme se i tématu marketingu a sebeprezentace. Na téma prezentace v médiích bude hovořit designérka Martina Pištělá-

ková, které má řadu zkušeností s televizními pořady o bydlení. Posluchače dále čekají novinky o oblasti softwaru, kování a dalších materiálů. Trefná bude i přednáška s tématem „Design bez financí končí jen na papíře“, jež si připraví specialista Tomáš Němčík nebo téma, kde brát další klienty. Celkem proběhne v jeden den více než 20 krátkých a výstižných přednášek.

Přihlaste se

Konference Interiéry se koná 7. listopadu na Mendelově univerzitě v Brně, v moderní posluchárně budovy Q. Přihlašování na akci probíhá on-line na webu www.konference-interiery.cz. K projektu vychází i další číslo odborného magazínu Interiéry, jehož druhou stranou je sborník přednášek z konference. Posluchači si mohou při registraci objednat také box se vzorky materiálů, který si pak bezplatně vyzvednou.

Nevidíš mě, já tebe ano

Infračervené světlo (IR), elektromagnetické záření s vlnovou délkou od 760 nm do 1 mm, člověk nevidí, jeho zdroje však máme na očích prakticky stále. V ovladačích, chytrých telefonech, hodinkách, čidlech, kamerách a mnoha dalších zařízeních to jsou LED. První experimenty s materiály schopnými emitovat infračervené záření se začaly provádět v roce 1955. O šest let později byl pak vydán patent na výrobu LED z arzenidu galia. Dnešní IR LED se nejčastěji vyrábějí

v kombinaci zářič - přijímač, což je klíčová schopnost proto, aby se mohly používat jako senzory. Detekce probíhá na základě vyhodnocení rozdílových hodnot vyslaného a zpět přijatého, odraženého záření. Na začátku našly LED uplatnění kupříkladu v bezdotykovém měření teploty, jako pohybové senzory, nebo pro tzv. noční vidění kamer. V současnosti je nabídka IR LED velmi široká a zahrnuje mnoho typů pro různé speciální účely. V lékařství se používají v

poh LED
chip lite®

endoskopii, pro analýzu krve nebo urychlování hojení a tlášení bolesti. Bylo například zjištěno, že vlnová délka 680 až 880 nm projde kůží i svaly až do hlubokých tkání, ve kterých pak stimuluje mitochondrie - zdroje energie pro naše buňky. Schopnosti proniknout pod povrch materiálů, nebo jimi i procházet, se využívá v defektoskopii, nebo při kontrole zboží, která tak může probíhat i přes jeho obal. Masivní nasazení infračervených diod je plánováno pro rozeznávání biometrických znaků v mobilních telefonech, tabletech a bezpečnostních systémech. V Toyotě IR LED slouží pro monitoring řidiče, kterého má automobil nejen identifikovat, ale vše přizpůsobit na míru jeho požadavkům (včetně zabarvení hlasu virtuální asistentky) tak, aby si s ním vytvořil „emotivní“ pouto. V Číně začali do aut montovat technologii, která z biometrie uživatele sestaví jedinečný datový klíč, bez kterého ho nebude možné odemknout Infračervené světlo, zdá se, budeme „vidat“ stále častěji.

video: <https://youtu.be/g4m6StzUcOw>



Třetí díl: Kedrové boxy

V tomto díle se zaměříme na kedrové profily. Kedrové profily mají velmi blízko k hliníkovým profilům na plexisklo. Jejich princip je velmi podobný. Pracují se stejnými, nebo podobnými rohy (v závislosti na šíři profilu) a zadní strana boxu se drží podobnými držáky transparentu. Momentálně jsou v nabídce dva druhy, které jsou provedením téměř podobné, jen se liší šíří. Užší profil zaujímá šíři 60 mm a širší profil zaujímá šíři 114 mm. Oba dva druhy jsou vyhotoveny ve dvoukomorovém provedení pro vyšší pevnost a oba dva jsou univerzální. To znamená, že profil můžeme použít pro oboustrannou aplikaci,

nebo případně do uzpůsobené drážky zasunete 3mm DEbond a budete mít jednostrannou aplikaci. Pozor záda se musí zasouvat vždy před zašroubováním poslední stěny. U velkých boxů doporučujeme spojit profily do „L“, do nich dát záda a ty si hned chytнут pomocí drážky transparentu. Profily jsou opatřeny zoubky, které kedr pevněji obepnou. Proto tyto aplikace můžete použít i v exteriéru, stačí na to pouze zvolit vhodnou textilií.

Nyní pojďme k samotnému kedru. Co to vůbec kedr je? Kedr je silikonový proužek o rozměru 14x3mm. Tento kedr se nejčastěji našívá na textili. Grafiku se samotnou textilií doporučujeme vždy připravit o 1cm z každé strany. Celková šíře a výška by tedy měla být vždy o 2cm větší. U velkých rozměrů doporučujeme používat zatlučací kedr. Nejlepší varianta je nechat si kedr obšířit jen z vrchní strany a zbylé tři strany propnout pomocí zatlučacího kedru.

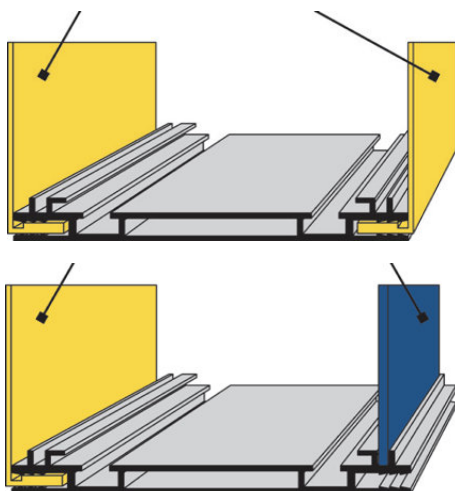
Co se týká osvětlení, je to analogické, jako u plastových profilů.

Na prosvětlení kedrů 60mm doporučujeme oblébenou řadu LED modulů na boční svit DXS 2,8W. Tyto LED moduly mohou být použity jak v jednostranné, tak oboustranné reklamě. Pro kedrové profily 114mm doporučujeme u jednostranných provedení moduly typu DX3 o výkonu 0,72W a úhlu 160 stupňů. U oboustranných doporučujeme LED moduly pro boční svit DXS. Do šíře reklamy 60 cm Vám budou stačit moduly

1,5W, nad tuto šíři už doporučujeme LED moduly 3,0W. Všechny tyto moduly jsou na 12V. Pro napájení doporučujeme naše SLIM zdroje nebo adaptéry, které umístíte vně boxu. Dále jako novinka, která se již velmi rychle rozšiřuje ve světelné reklamě, jsou moduly na 230V. Zde ještě ušetříte peníze za zdroj, za montáž a sníží se váha a poruchovost reklamy. Boční LED moduly DNH 3,0W jsou přímo ekvivalentem modulů DXS 3,0W. Oba druhy modulů se doporučují pro kedrové profily 114mm a jejich návratnost je nejlepší při šíři reklamy přesahující 60 cm. Výhoda u DNH modulů je také, že nemusíte uvnitř boxu nikde schovávat transformátor, který by Vám mohl vrhat stíny v reklamě. Připravených novinek v kedrových profilech je několik. Do konce října budou v nabídce také nohy, které mají využití u volně stojící oboustranné provedené kedrové reklamy. Dále bude k dispozici profil „h“, který se nejvíce využívá v nábytkářství a výstavním průmyslu. Ten je určený pro kedry zapařené do nik/nábytku.

Vše ke kedrovým profilům naleznete zde:

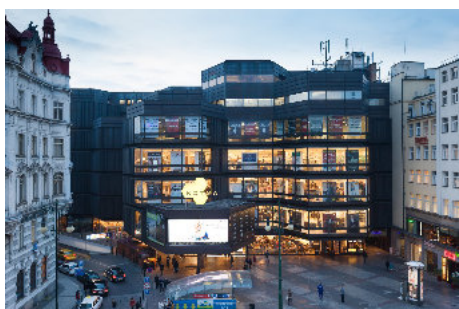
<https://eshop.dencop.cz/signmaking/hlinikove-profil-pro-kedr/kedrove-alu-profil>



7. retailová snídane formou RETAIL SAFARI 12.11. v OD KOTVA a okolí

V úterý 12.11. 2019 od 9 hodin se bude konat v pořadí již 7. akce našeho portálu Místoprodeje.cz s názvem Shopper Marketing Breakfast. Tato akce se bude tentokrát konat v 5.patře obchodního domu KOTVA (restaurace T-ANKER). Adresa je náměstí Republiky 656/8, Praha 1. V programu tohoto setkání poprvé nebudou přednášky, tak jako ve všech minulých snídaních, ale účastníci se zúčastní netradiční P.O.S. týmové hry.

Více informací včetně přihlašovacího formuláře na: [ZDE](#)



Rozhovor měsíce 10/2019 – Petr Šimek, WELLEN, a.s., nový prezident POPAI CE

Pro rozhovor měsíce října jsme oslovili pana Petra Šimka, který je Managing Directorem společnosti WELLEN, a.s., navíc i čerstvým prezidentem asociace POPAI CE. V rozhovoru jsme hovořili především o společnosti WELLEN, kamenných prodejnách, retailovém „trojúhelníku“, o e-commerce a virtuální realitě.

Celý rozhovor naleznete na: [ZDE](#)



Ocenění TOP In-store realizace měsíce srpna 2019 získala kampaň PURINA

Portál Místoprodeje.cz vyhláší nového vítěze soutěže s názvem TOP In-store realizace měsíce. Vítězem za měsíc srpen se stala realizace PURINA. V tomto soutěžním kole získala u porotců vítězství s větším náskokem kampaň PURINA. Tato kampaň, která za POS materiály použila kartonové vystavení 4 palet, probíhala v srpnu 2019 v řetězci Globus. Zadávatel realizace byla společnost Universal Promo Solutions, klientem byla společnost Nestlé pro svoji značku krmiva Purina. Kreativní agenturou byla také společnost Universal Promo Solutions a realizátorem byla společnost Eclipse Print a.s. Tato realizace získala od odborné poroty celkovou známku 7,27 bodů z maxima 10 bodů. V kategorii kreativního zpracování obdržela vítězná realizace 6,8 bodů, v kritériu celkové produkční provedení získala realizace ohodnocení 7,6. V potenciálu upoutání pozornosti v místě prodeje přidělili porotci této realizaci 7,4 bodu.

Více informací na: [ZDE](#)

POPAI NEWS



POPAI DAY 2019 - Cesta do hlubin zákaznickovy duše

POPAI DAY patří tradičně mezi významné evropské události v oblasti marketingové komunikace v místech prodeje. Letošní ročník této akce proběhne 21. 11. 2019 v Kongresovém centru TOP HOTEL Praha, Blažimská 1781/4, Praha 4 - Chodov.

POPAI DAY 2019 nabídne opět bohatý celodenní program, který se zaměří na zásadní trendy, perspektivy a výzvy v retailu. Konference POPAI FÓRUM přinese inspirující novinky z retailového trhu a z výzkumu o chování zákazníků, ukáže, jak pomocí pokročilých vědeckých metod měnit nákupní chování a jak v retailu prakticky využít neurosciences, psychologii, sémiotiku, sémantiku a další disciplíny. Účastníci konference se mohou těšit na prezentace výrazných tuzemských i zahraničních osobností a mezinárodně uznávaných expertů z retailu, neuromarketingu a dalších oblastí marketingové komunikace. Konference bude rovněž zahrnovat specializované workshopy provázané na praxi.

Jako key-note speaker vystoupí Enrique Strelow, Head of Shopper Neuroscience, Ferrero



Germany, který prostřednictvím řady konkrétních příkladů a případových studií představí, jak efektivně využít neuro-algoritmů v POP a mediální komunikaci, jak s jejich pomocí zvýšit výkonnost značek a vytvářet vlivné komunikační obsahy v místě prodeje.

Kromě konferenčního programu mohou návštěvníci akce zhlédnout soutěžní expozice třech prestižních oborových soutěží, kterými jsou POPAI AWARDS o nejlepší projekty v prodejnách místech, Hvězda 3D reklamy o nejlepší reklamní a dárkové předměty a POPAI STUDENT AWARD o nejlepší studentské projekty in-store komunikace. Novinkou bude SHOPPER LAB - speciální výstavní zóna pro prezentaci moderních technologií a inovativních systémů, které slouží k měření a analýze chování zákazníků v retailu. Závěrečným bodem programu bude Galavečer se slavnostním předáním cen vítězům soutěží.

POPAI DAY se těší každým rokem stále většímu zájmu o účast. Loňský ročník akce navštívilo celkem více jak 700 zástupců odborné veřejnosti, do oborových soutěží se zapojil rekordní počet exponátů.

Další informace o programu akce jsou [ZDE](#).

ORGANIZÁTOR



SPOLUORGANIZÁTOR



MÍSTO KONÁNÍ



GENERÁLNÍ PARTNER



e-SALON

2. VELETRH ČISTÉ MOBILITY

14.-17. 11. 2019

[WWW.e-SALON.CZ](http://www.e-salon.cz)

PARTNER VELETRHU



ODBOBNÝ PARTNER



POWERED BY



ODBOBNÁ ZÁŠTITA



ZÁŠTITA

Úřad vlády České republiky



Ministerstvo životního prostředí



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR



Ministerstvo dopravy



HOSPODÁŘSKÁ
KOMORA
ČESKÉ REPUBLIKY

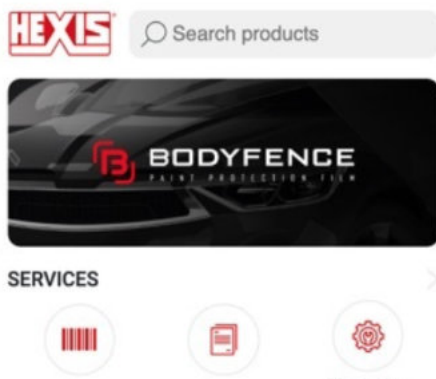


SVAZ PRŮMYSLU A DOPRAVY
ČESKÉ REPUBLIKY



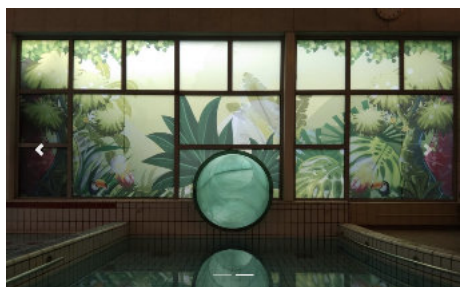
Objevte HEXIS mobilní aplikaci

HEXIS je nyní k dispozici pro iOS a Android! Potřebujete podrobnosti o jednom z našich produktů? Najdete je v nové... Celý článek [zde](#)



Rozdíl je v detailech

Když dva dělají to samé, není to vždy to samé. Rozdíly přitom mohou být jenom v detailech, jejichž dotažením vznikne celek s vysokou užžitnou hodnotou. Tento... Celý článek [zde](#)



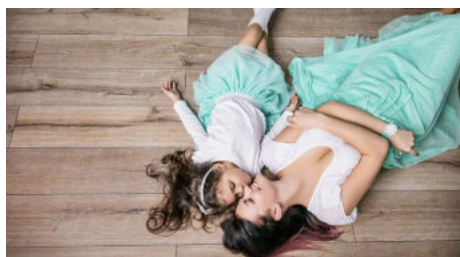
Aslan členem skupiny POLI-TAPE

Na přelomu října a listopadu 2019 bude společnost Aslan, Schwarz GmbH & Co. KG se sídlem v Overathu koupena skupinou POLI-TAPE. Aslan má za sebou... Celý článek [zde](#)



Agfa a UNILIN budou potiskovat podlahu

Na veletrhu InPrint (Mnichov, 12. – 14. listopadu 2019) předvedou společnost Agfa a přední výrobce laminátů UNILIN, jak kombinace nátěrů na bázi vody a inkoustů... Celý článek [zde](#)



Papyrus Bohemia doplňuje portfolio reflexních fólií

V oblasti fólií pro zvýraznění vzhledu a zvýšení bezpečnosti ucelila divize Viscom nabídku reflexních fólií. Avery... Celý článek [zde](#)



Desky SIMOPOR v novém kabátě

Produktová skupina SIMOPOR německého výrobce SIMONA AG doznala během letošního léta výrazné obměny, a to nejen v nových názvech produktů. Je tedy... Celý článek [zde](#)

Caldera s certifikací pro HP Stitch

Francouzský softwarový specialista RIP Caldera oznámil certifikaci svého tiskového software a podporu pro novou... Celý článek [zde](#)



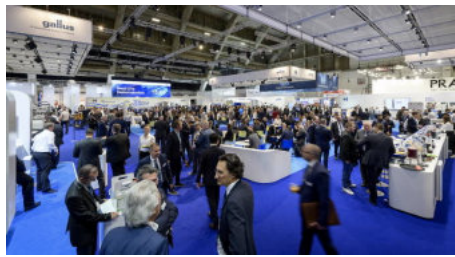
PRINTING United 2019

Veletrh PRINTING United je novou generací výstavy SGIA Expo. Termín konání je 23. – 25. říjen 2019 a místem je Dallas. Veletrh je důležitý pro trh v USA a... Celý článek [zde](#)



Jubilejní a nejúspěšnější Labelexpo

Letošního 40. ročníku veletrhu Labelexpo Europe, který se konal ve dnech 24. – 27. září, v Bruselu Expo v Belgii, se... Celý článek [zde](#)



Zünd rozšiřuje své sídlo

Digitální řezací systémy této švýcarské značky jsou velmi žádané po celém světě a společnost podle toho také roste... Celý článek [zde](#)



Premiéry společnosti Durst

Na veletrhu PRINTING United v Dallasu představí společnost Durst publiku poprvé novou řadu tiskáren Rho 2500... Celý článek [zde](#)



Tigr z latexu

V červenci 2019 byl v moskevském metru uveden do provozu „Pruhovanyj expres“. Společnost HP Latex Creative... Celý článek [zde](#)



Nové číslo magazínu Forms & Elements

Nechte se inspirovat realizacemi z fasádních hliníkových sendvičových desek Alucobond. Určitě dostanete chuť i na... Celý článek [zde](#)

