

SIGN INVENT!ON

newsletter

06/2016

Signmaking • Polygrafie • POP/POS

noviny

pre grafický priemysel

Brands&Stores

Brands&Stores.es



www.reklama-fair.cz



Co tě nejvíce chytlo na veletrhu Drupa? To je stále častá otázka od lidí, kteří na veletrhu sami byli, i od těch, co se tam nedostali. Celkový dojem a hlavní trendy jsou sice popsány v reportáži, ale chce to ještě extrahovat nějakou esenci. To nejdůležitější podle mne bylo asi to, co veletrh neukázal, ale jasně naznačil. Právě totiž prožíváme rané stádium nové průmyslové revoluce. Situace je zatím jako puzzle vysypané z krabice na stůl, ale on se výsledný obrázek velmi rychle vyskládá. Rok 2020 je označován jako hranice, kdy se tento nový způsob výroby naplno prosadí. Spolu s připraveností na Industry 4.0 ale je to i hranice, která nám má vytvořit v EU jednotný digitální trh. To znamená, že se vytvoří dostatečně dostupná síť vysokorychlostního internetu, odstraní se legislativní překážky pro on-line obchodování a zažijeme i zcela nové spotřebitelské prostředí. Jeví se vám nebe plné dronů s balíčky jako žert? Když si uvědomíte, jak se mění prostředí v tiskařské branži a individualizace obalů postupuje opravdu raketovým tempem, už se ani moc neusmívám na plánech Amazonu. Drupa ukázala několik robotizovaných pracovišť. Dokončování před vašimi očima řešili pouze stroje a manipulační roboti. Přiznám se, že mi v tom okamžiku proběhla myslí písnička Dalibora Jandy z roku 1985 – Všechno na Mars.

František Kavecký

Novinky od Spandexu

Spandex, dodávateľ popredných značiek grafických riešení, uvádza na trh novú kolekciu doskových materiálov SMART-X® a PALIGHT® Print. PALIGHT® Print... Celý článok [zde](#)



Česká premiéra řady tiskáren HP Latex 500 Series

Společnost HSW Signall připravila ve dnech 27. 6. až 1. 7. 2016 představení tiskáren nové modelové... Celý článok [zde](#)

Chcete si jako první vyzkoušet nový HP Latex 560?

Zveme vás na českou a slovenskou premiéru latexové tiskárny řady 500. Uvidíte celou řadu inovací, které usnadňují a zefektivňují výrobu a snižují náklady i nároky na obsluhu.



Canon uvádí novou řadu tiskáren Océ Arizona 2200

Společnost Canon Europe, lídr v oblasti digitálního zpracování obrazu, 31. května 2016 oznámila celosvětové uvedení modelové řady UV flatbed tiskáren Océ Arizona... Celý článok [zde](#)



Ricoh inovuje

Ricoh představuje vylepšenou a výkonnější Pro VC60000 produkční tiskovou platformu. Při své neúnavné cestě k inovacím... Celý článok [zde](#)



Eurolaser ukázal nové funkce

Již více než 20 let se německá firma Eurolaser specializuje na konstrukci a výrobu laserových strojů s využitím CO2 laseru... Celý článok [zde](#)



Fluorescenční inkousty pro Roland Texart

Nové fluorescenční inkousty pro velkoformátové sublimační tiskárny Texart XT-640 a TR-640 představila společnost... Celý článok [zde](#)



PALIGHT® Print

pěná PVC deska pro přímý digitální UV tisk
hladký, homogenní povrch, vysoký stupeň bělosti
tvrdý povrch, vysoká pevnost a tuhost
nízká hmotnost a jednoduchá zpracovatelnost



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



Leading Brands for Graphic Solutions

ROZHOVOR NA TÉMA:

Rozhoduje logistika, termín dodání a cena produktu



Na pozici obchodního ředitele společnosti OSPAP – Papyrus nastoupil po tříletém působení mimo signmaking Martin Melín, bývalý prezident Sdružení dodavatelů pro signmaking a dlouholetý spoludávatel společnosti HSW Signall. Využili jsme setkání na veletrhu Reklama Polygraf a položili mu několik otázek.

Vítej zpátky v oboru. Od luxusních interiérů jsi se vrátil zpátky k signmakingu. Co rozhodlo, že jsi přijal nabídku společnosti OSPAP – Papyrus?

Po uplynutí nutné doby, vyplývající z podepsané konkurenční doložky, jsem zvažoval otázku další perspektivy. Nakonec rozhodly moje dlouholeté znalosti a zkušenosti v sign-

makingu, které bych v novém oboru musel sbírat ještě několik let. A také mne lákala možnost podílet se na tvorbě a budování něčeho nového na trhu, kde jsou již relativně rozdané karty. Nabídku OSPAP – Papyrus jsem přijal ze dvou důvodů. Společnost se nacházela v nelehké situaci po událostech v uplynulém roce, a také kvůli projevenému zájmu vedení firmy, které má podobný pohled na další rozvoj divize Viscom.

Citíš rozdíl v pozici manažera v jaké jsi dnes a manažera – spoludávatele, v jaké jsi byl v minulosti?

Popravdě, necítím. Mám vždy tendenci chovat se, a dělat rozhodnutí tak, jako kdybych měl podíl ve firmě. Pomáhá mi to vidět věci zdravě a efektivně.

Byl jsi pár let mimo obor. Když se podíváš kolem sebe zde na výstavišti, jaký máš dojem?

Mám dojem, že jsem v oboru, který znám. Možná se trochu přeskupily síly na trhu, ale nijak dramaticky. Jsou zde firmy, které se prezentují v plné síle a mají velmi kvalitní stánky. Někteří jiní dodavatelé pouze využívají termín veletrhu, a pořádají vlastní akce mimo výstaviště. A letos je také silná skupina firem, které šetří své síly na veletrh Drupa.



Změnilo se podle Tebe něco v signmakingu?

Necítím žádnou výraznou změnu, vnímám spíš vývoj posledních let. Rozhoduje logistika, termín dodání, cena produktu. Nabídka se hodně vyrovnala, rozhoduje být na správném místě ve vhodném čase, nebo být připraven okamžitě reagovat.

Co považuješ za největší výzvu v nové pozici? Co Tě motivuje?

Velkou výzvou je pro mne možnost postavit novou tvář divize Viscom společnosti OSPAP – Papyrus. Založenou na kvalitním sortimentu, profesionálních službách a solidní odbornosti. Netýká se to pouze českého trhu, díky nadnárodní struktuře firmy je zde přesah i do jiných zemí.

Prozradíš nám nějaký cíl, který sis stanovil?

Vrátit firmě stabilní pozici mezi nejvýznamnějšími hráči na českém trhu v horizontu dvou let.

Který trend považuješ pro další vývoj signmakingu za nejdůležitější?

Využít a prosadit nové technologie a materiály v menších průmyslových zakázkách, v designu a architektuře, nebo např. v textilním průmyslu.

Veletržní ohlédnutí

Na Reklamě Polygrafu jsme vydávali každý den Veletržní noviny, které informovaly o aktuálním dění na veletrhu.

Veletržní noviny

č. 1 10. května 2016

Aktuální zprávy z výstaviště ihned a přímo k Vám



Veletržní noviny

č. 2 11. května 2016

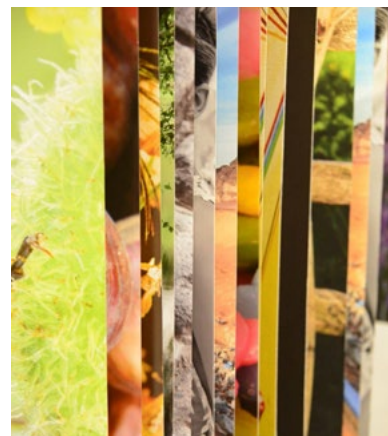
Aktuální zprávy z výstaviště ihned a přímo k Vám



Veletržní noviny

č. 3 12. května 2016

Aktuální zprávy z výstaviště ihned a přímo k Vám



Mutoh distributorem Summa

Společnost Mutoh Belgie N.V., EMEA distribuční centrum velkoformátových tiskových zařízení Mutoh, podepsala distribuční smlouvu se Summa Europe o distribuci řezacích plotrů tohoto belgického výrobce. Mutoh tak nabízí možnosti kombinace svých... Celý článek [zde](#)



Kolekce tapet Wall & Deco

Přední italský výrobce tapet prezentuje svou letošní kolekci v působivém videu:



Spolupráce Xaar a Ricoh

Firmy Ricoh a Xaar oznámily na veletrhu Drupa 2016 spolupráci na vývoji piezoelektrických tiskových hlav s technologií Thin Film piezo. Tisková hlava Xaar-1201 je... Celý článek [zde](#)



Xerox zjednodušuje správu barev

Xerox chce pomoci poskytovatelům tisku snížit časovou náročnost složitého procesu kalibrace barev i u produkčních... Celý článek [zde](#)



Jak v Copy General rozesílali daňové potvrzení

Zajímavá případová studie o zakázce od České pojišťovny přináší informaci o moderním způsobu doručení diskretní... Celý článek [zde](#)



Nové pastelové fólie Orafol

Orafol představil šest nových pastelových odstínů v řadách fólií Oracal 631 Exhibition Cal a Oracal 638 Wall Art... Celý článek [zde](#)



Co bylo na stánku firmy Mutoh?

Na veletrhu Drupa jste mohli na stánku Mutoh vidět tiskárny pro segment reklamy, potisk předmětů a stroje pro potisk... Celý článek [zde](#)



Nové struktury tapet Neschen Green Wall

Ekologické digitálně potisknutelné tapety z rodiny Neschen Green Wall mají nové atraktivní povrchy. Povrchy Stucco... Celý článek [zde](#)



Ricoh a Methis software – personalizovaný tisk bez chyb

Ricoh a Methis software, partner ve vývojářském programu, nově nabízejí řešení /data.mill, které je schopno snadno a rychle korigovat nepřesnosti ve zdrojových datech. Toto partnerství je reakcí na... Celý článek [zde](#)



Neonové barvy s tiskárnami OKI NeonColor

Průlomová technologie otevírá grafikům a designérům nové možnosti Do segmentu digitálního tisku určeného pro... Celý článek [zde](#)



Canon rozšiřuje produktovou řadu MAXIFY

Společnost Canon Europe, lídr v oblasti digitálního zpracování obrazu, dnes oznámila rozšíření své produktové řady... Celý článek [zde](#)



Automatický dopravníkový systém v Model Obaly

V závodu Model Obaly v Nymburce byl zprovozněn plně automatický dopravníkový systém od společnosti Minda... Celý článek [zde](#)



OKI na veletrhu Drupa ukázala široký formát

Na veletrhu Drupa 2016 v německém Düsseldorfu prezentovala japonská společnost OKI širokou škálu svých... Celý článek [zde](#)



COMIMPEX PRINT

V nabídce MUTOHu
nově plotry Summa

www.c-print.cz

DRUPA – vox populi, vox dei

Dříve než se pustíme do hodnocení právě skončeného ročníku největší světové polygrafické výstavy, vyhodnotíme nejnovější informaci. Veletrh si zachovává svůj čtyřletý cyklus a na dalším veletrhu se tak setkáme v termínu od 23. června do 3. července 2020.

Na výstavišti jsem z úst mnoha vystavovatelů slyšel nespokojenost s přechodem na tříletý cyklus, který pořadatel veletrhu, Messe Düsseldorf, před časem oznámil. Značné náklady spojené s výstavou ve zkráceném cyklu by významně postihly marketingové rozpočty mnoha firem a bylo cítit nespokojenost ze strany regionálních zastoupení a partnerů, kterým by se citelně zkrátily marketingové rozpočty.

Organizátor veletrhu tedy správně vyhodnotil nálady u vystavovatelů, a i když zkrácení cyklu na tři roky podpořili největší výrobci tiskových strojů, rozhodl se zaběhnout režim neměnit.

Pro a proti

Argumentem pro zkrácení cyklu byla především velmi rychle postupující digitalizace. Rychlost technologických změn je tak vysoká, že období čtyř let se jeví jako příliš dlouhé na dostatečně aktuální mapování situace na trhu.

Drupa je totiž největším veletrhem tiskových služeb, tiskových médií a cross media technologií na světě. Nastoluje trendy a je inspirací pro celý polygrafický průmysl.

Rychlost technologického vývoje a moderní komunikační prostředky zase umožňují, aby se všechny nové informace rychle a efektivně dostali k adresátovi. Veletrh tak přestal být místem, kde se odborná veřejnost seznámí s převratnými novinkami. Navíc všechny velké firmy již vybudovaly svá velkoryse vybavená prezentační centra, kde svým klientům dokáží představit výsledky svého vývoje.

Veletrh však posílil svůj společenský význam. Zejména pro menší a střední firmy se stal místem setkání všech partnerů a významných zákazníků, takže z jejich pohledu se investice do expozice vyplatily více, než zorganizovat velké globální setkání, nebo sérii regionálních akcí. Z mého pohledu zvítězil zdravý rozum. Určitě bych se rád podíval na veletrh častěji, ale kdyby značná část vystavovatelů odpadla, ztratila by se i výjimečná atmosféra, která Drupě dodává její kouzlo.

Citius, Altius, Fortius

Drupa a Olympijské hry spojuje nejenom čtyřletý cyklus, ale velmi dobře ducha veletrhu vystihuje i olympijské heslo. Rychleji, výše, silněji by šlo sice zaměřit za rychleji, levněji, kvalitněji, ale duch soutěživosti a snahy o vlastní zlepšení je stejný.

Zkrácení doby trvání veletrhu na 11 dní se ukázalo jako dobré rozhodnutí. Na veletr-

hu vystavovalo 1837 vystavovatelů z 54 zemí a podle předběžné statistiky jej navštívilo více než 200.000 návštěvníků ze 183 zemí. Až 78% z nich přišlo do Německa ze zahraničí. Jaké jsou hlavní trendy?

Tisk blízké budoucnosti

Drupa vyzvedla inovační sílu průmyslu a ukázala i budoucí technologie. Důraz byl kladen na témata jako je tisk, výroba obalů, vícekanalová komunikace, 3D tisk, funkční tisk a ekologie v tiskovém průmyslu.

Mnoho řešení lze označit za připravenost polygrafie pro prostředí Print 4.0, tedy akceptování principů nastávající 4. průmyslové revoluce. Nové technologie umožňují individualizaci a personalizaci. S ohledem na poptávku po vysoce kvalitních personalizovaných obalech a rychlou diverzifikaci digitálního tisku pro průmyslový a funkční tisk bylo možno vidět mnoho zajímavých řešení. Digitální stroje a zařízení nabízejí řešení se zárukou efektivnosti a konkurenceschopnosti v prostředí Print 4.0. Letošní veletrh lze charakterizovat jako rané stádium přípravy na další průmyslovou revoluci.

Obaly, obaly, obaly

Jedním z nejdůležitějších témat byla výroba obalů. Podle aktuálních prognóz totiž obalový trh vzroste na 985 miliard \$ již v roce 2018.



Trendy ve světě obalů zajímaly širokou veřejnost



Ovládací pulty tiskáren Bennyho Landy působily vskutku futuristicky



Společnost Müller Martini předvedla sérii automatických post press řešení s názvem Finishing 4.0



Společnosti Mimaki se podařilo hatrick. Značka získala až ocenění EDP Awards Nejlepší produkt až ve třech kategoriích.

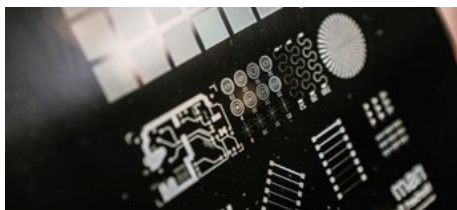
V hale 12 bylo možno vidět specializované fórum o budoucnosti obalů. Ve spolupráci s Evropským sdružením pro design obalu se návštěvníci mohli seznámit s trendy ve čtyřech oblastech: potraviny a nápoje, nepotravinářské zboží, farmacie a kosmetika. Součástí projektu Touch Point Packaging byly i fundované přednášky.

Ofsetáři s digitálními stroji

Heidelberg nabízí široké portfolio digitálních řešení pro mnoho segmentů. Stroje pro digitální tisk nesou ve svém názvu vždy slovíčko fire. Primefire 106 - B1 je digitální tiskový stroj na platformě XL 106 vytvořený ve spolupráci s firmou Fujifilm. Plnobarevné stroje Versafire pro komerční tisk stojí na platformě Ricoh. Bývalý Gallus DCS 340 je digitální rotační etiketovací stroj konstrukce roll-to-roll Labelfire a Omnifire je určen pro plnobarevný digitální potisk 3D předmětů. KBA má svůj dlouhodobý digitální program strojů RotaJET a na Drupě byla uvolněná informace, že je k dispozici i stroj formátu B1 KBA VariJET 106, který kombinuje inkoustovou technologii Xerox Impika s platformou stroje KBA Rapida 106. Japonský výrobce tiskových strojů Komori zase oznámil využití technologie Landa Nanography. Ta měla na veletrhu velkou prezentaci. Toto je nabídka firem, které kromě klasických ofsetových strojů s maximálním zvyšováním efektivity hledá i průnik s novými požadavky na digitální produkci.

3D a funkční tisk

Své místo měl na veletrhu samozřejmě i 3D tisk. Kromě samostatné tematické sekce jste mohli najít 3D tiskárny i na stáncích značek jako Canon, Ricoh a HP. Dalším významným tématem byl funkční tisk. Existuje mnoho příkladů použití tištěné elektroniky. Vystaveny byly dotykové senzory na povrchu nábytku, reproduktory Bluetooth vyrobené z papíru a vodivých barev anebo tištěné elektronické obvody.



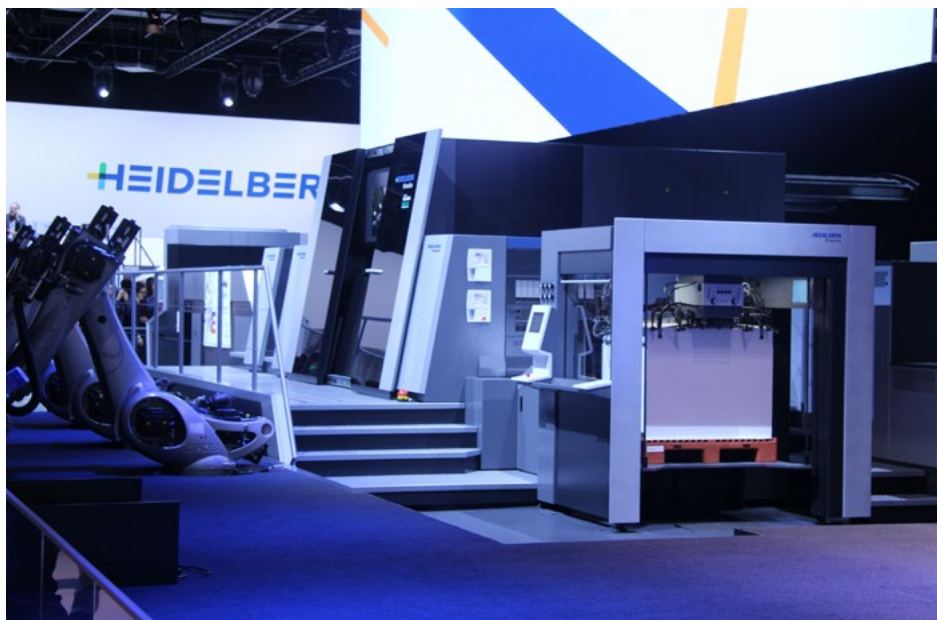
Funkční tisk je velmi perspektivním směrem vývoje v polygrafii

Velkoformátový tisk

Nás přirozeně nejvíce zajímal velkoformátový tisk. Společnost HP měla svou expozici v celé hale 17, kde představila novou kompletní řadu latexových tiskáren, flatbedů a průmyslových linek. Durst představil sible pass linku na potisk vlnité lepenky a kartonů Durst Rho 130 SPC s výkonem až 9350 m²/hod. Její předností jsou vodní inkousty s vysokým leskem.

Významný souboj se momentálně odehrává v oblasti tiskáren střední třídy s pracovní šířkou 3,2 metru. O přízeň soutěží LED UV tiskárny Mimaki UJV55-320, Fujifilm Acuity LED 3200R a latexová tiskárna HP Latex 1500.

Na veletrhu se rovněž odehrál ceremoniál udělování cen EDP, kde byly k vidění nejzajímavější produkty z oblasti velkoformátového tisku. V tabulce je přehled vítězů některých kategorií.



Digitální tiskový stroj Heidelberg Primefire 106 - B1 je digitální tiskový stroj na platformě XL 106 vytvořený ve spolupráci s firmou Fujifilm



Dekorace 3D předmětů je stále na vzestupu

Kategorie	Vítězný produkt
Nejllepší velkoformátová MFP tiskárna pro CAD	HP DesignJet T830
Nejllepší velkoformátová roll-to-roll tiskárna do 170 cm	Roland DG SolJet EJ-640
Nejllepší fototiskárna	Epson SureColor SC-P20000
Nejllepší velkoformátová roll-to-roll tiskárna do 320 cm	Mimaki UJV55-320
Nejllepší velkoformátová flatbed nebo hybridní tiskárna do 250 m ² /h	Agfa Graphics Jeti Mira
Nejllepší velkoformátová flatbed nebo hybridní tiskárna nad 250 m ² /h	Inca Onset X-series
Nejllepší tiskárna pro potisk objektů	Mimaki UJJ-7151 Plus
Nejllepší textilní roll-to-roll tiskárna do 100 m ² /h	Mimaki Tx300P-1800
Nejllepší textilní roll-to-roll tiskárna nad 100 m ² /h	řada Durst Alpha
Nejllepší tiskárna pro potisk vlnité lepenky	Bobst Digital Printing Press
Nejllepší velkoformátové print & cut řešení	Roland DG TrueVIS VG Series
Nejllepší velkoformátové řešení pro finishing	Zünd D3 Digital Cutter
Nejllepším inkoust pro potisk textilu	Durst Alpha Ink P
Nejekologičtější tiskový materiál	3A Composites DISPA
Nejllepší coating pro speciální aplikace	EFI Armor specialist coatings

RICOH
imagine. change.

Dali jsme
přírodě zelenou,
sklidili jsme
zlatou

Certifikace GreenGuard GOLD



GREENGUARD

PRODUCT CERTIFIED FOR
LOW CHEMICAL EMISSIONS
UL.COM/GG
UL 2819

GOLD

www.ricoh.cz



RICOH Pro™ L4130/L4160

Úspěšné produkty Fujifilm na veletrhu DRUPA 2016

Inovace společnosti Fujifilm často určují směr trhu na roky dopředu, a na veletrhu DRUPA to bylo opět jasně vidět. Zásadní výhodou inkjetových tiskáren a tiskových strojů Fujifilm je, že díky strategickým akvizicím a zejména vlastnímu vývoji disponuje společnost vlastními vyspělými technologiemi, které navíc dokáže vzájemně optimalizovat – zejména to platí pro tiskové hlavy a inkousty.

Fujifilm vyrábí špičkové tiskové hlavy Fujifilm Dimatix s technologií proměnné velikosti kapky. Tiskové hlavy mohou řídit objem kapky, dle typu hlavy a inkoustu, v širokém rozmezí od bezkonkurenčních 2,4 pl až po 30 pl, a pracují v nativním rozlišení až 1200 dpi. Výsledkem je široká nabídka tiskových modů, které lze uzpůsobit každé zakázce – od perfektního fotorealistického tisku s jemným vykreslením detailů, přes plynulé a nerušené přechody (zejména v případě použití light inkoustů) až po rychlý a kvalitní tisk větších barevných ploch, kde přijdou vhod největší kapky. Navíc je v praxi ověřeno, že tiskové hlavy Dimatix vykazují velmi vysokou spolehlivost. Údaje z praktického nasazení například ukazují, že 75 % instalovaných strojů Onset nepotřebovalo za celý rok 2014 výměnu hlavy. Druhou klíčovou komponentou jsou inkousty. Těžiskem vývoje a výroby jsou inkousty pro dynamicky rostoucí trh UV tiskáren. Aktuálně Fujifilm vyrábí celkem 16 typů inkoustů Uvijet. Jednotlivé řady obvykle zahrnují i light inkousty, bezbarvý lak a bílou barvu (ta je proti konkurenci velmi vydatná, a tak v praxi velmi často vystačíme s jednou vrstvou bílé). Novinkou je odstín Orange, rozšiřující gamut až o 30 %, použitý například v sadě Uvijet US v inovativním stroji Uvistar Hybrid 320. Škála rozdílných vlastností inkoustů Uvijet je široká – mimo jiné jde o tzv low migration a low odour inkousty, nebo thermoforming inkousty, které lze po vytištění vakuově tvářet až do úrovně 600 %.

Na Drupě Fujifilm všechny své tiskárny a tiskové stroje předvedl na svém doposud největším stánku v historii veletrhu. Dvě zařízení jsme si představili nedávno, v čísle 3/2016. První byla řada Acuity Select 20, právě flatbed tiskárny,

kteří lze volitelně doplnit o kompaktní jednotku roll-to-roll pro potisk rolových materiálů až do šířky 2,2 m. Tiskárny se dodávají ve dvou velikostech pracovního stolu, 2,5 m x 1,25 m / 3,08 m. Tiskárny nabízejí osm kanálů a mohou být osazeny lehkými verzemi inkoustů LC a LM, bílým inkoustem a bezbarvým lakem.

Dále pak Uvistar Hybrid 320, kombinující flatbed tisk na desky a tisk z role, s vynikající kvalitou tisku, rozšířeným barevným gamutem a vysoce nadstandardní produktivitou. K dispozici je 8 nebo 9 kanálů, přičemž devátý kanál je vyhrazen pro bílou barvu. Běžná sada CMYK inkoustů je rozšířena o Orange, která zvyšuje gamut o cca 30 %. Maximální rychlost tisku dosahuje vynikajících 195 m² za hodinu.

Pokud jste stroje ještě neviděli, podívejte se na jejich stručné představení:

<https://www.youtube.com/watch?v=JM-iHXmmLOI>
<http://www.fujifilminkjet.com/inkjet-innovations/uvistar-hybrid-320/>

OnsetX

Nejvýkonnější platforma pro flatbed tisk na světě, řada strojů Onset X, je dodávána ve třech hlavních konfiguracích, které se zásadně liší rychlostí tisku. Základní model OnsetX1 nabízí maximální rychlost 400 m²/hod. OnsetX2 až 640 m²/hod. a nejvyšší model posouvá latku tiskové rychlosti až přes 900 m²/hod. Pro lepší představu to znamená až 80, 128, nebo dokonce až přes 180 plných formátů rozměru 1,6 x 3,2 m za hodinu. Navýšení rychlosti je dáno počtem osazených tiskových hlav, přičemž všechny modely mají již od základní verze držáky pro plný počet 224 hlav a konfigurace – a tedy i výkon – stroje tak záleží jen na požadavku zákazníka. Základní verze OnsetX1 je osazena hlavami v osmi kanálech, nejvyšší model OnsetX3 pak pracuje s celkem čtrnácti kanály, ze kterých dvanáct je vyhrazeno pro CMYK inkousty a dva zbývající pro kombinace W a O. Stroje Onset jsou plně upgradovatelné včetně variant automatizace podle toho, jak roste objem zakázek. Působivý výkon stroje Onset posoudíte nejlépe na video:

<https://www.youtube.com/watch?v=-DBQX2InMpo>
<https://www.youtube.com/watch?v=APWxvdsweff>

Acuity LED 3200R

Jedna z absolutních novinek představených na letošním veletrhu Drupa. Fujifilm s touto tiskárnou navazuje na úspěšnou tiskárnu Acuity LED 1600 II UV, nabízí ovšem šířku tisku až 3200 mm. Tiskárna zvládá pracovat s rolemi o hmotnosti až 100 kg, přitom současně mohou být insalovány dvě role, na kterých budou paralelně tištěny odlišné motivy. Rychlost byla zvýšena až na 110 m²/hod. Tiskárna opět obsahuje ve standardu 8 kanálů včetně bílé a laku, a tiskne s vynikající přilnavostí na velmi široké spektrum materiálů. K Acuity LED 3200R se ještě brzy vrátíme v podrobnějším materiálu.

Den plný tiskových aplikací

Využijte možnost seznámit se s technologiemi Fujifilm blíže a přijďte 23. 6. 2016 na náš Den plný tiskových aplikací do sídla Fujifilmu, U Nákladového nádraží 1949/2, Praha 3.

Připravili jsme pro vás mimo jiné:

- Inspirativní tiskové motivy
- Tisk na klasické, ale i méně obvyklé materiály
- Potisk flexibilních i deskových substrátů
- Ukázky netradičních aplikací
- Kalkulace reálných tiskových nákladů
- UV LED dvoustupňové vytváření inkoustů
- Tisk CMYK, bílé a laku zároveň
- Korektní příprava tiskových dat
- Nižší náklady na tisk díky profesionální správě colormangementu
- Informace o aktuální situaci a vývoji na polygrafickém trhu

Navíc vás čeká jedinečný zážitek v netradičně provedené kavárně. Podávat se bude výborná káva a barista Michal Nováček vám předvede mistrovství v přípravě kávy.

Registrujte se na:

www.registrujse.cz/aplikace-live





MATERIÁLY PRO **SIGN & GRAPHICS** | **STAVEBNICTVÍ** | **PRŮMYSL**

Vitana přináší farmářské tržiště přímo do hypermarketů

Společnost Vitana, lídr v polévkové produktové kategorii, představila novou řadu polévek a rozhodla se podpořit launch lákavým vystavením. Zákazníky ke skvělým... Celý článek [zde](#)



Pozrite si video o spoločnosti Ross

Prezentácia je k dispozícii v slovenskom aj anglickom jazyku. Držíme palce a želáme veľa zhladnutí na adrese:



Dago pro Metaxu a Kingswood Rosé

Hned dvě realizace pro produkty z kategorie alkoholických nápojů realizovala společnost Dago. Jednou z nich je originální regálový modul Metaxa, který radí zákazníkům, jak na skvělou domácí party, další 4paletové vystavení nového cideru Kingswood Rosé navozující klidnou atmosféru s lavičkami. V posledních letech jsme svědky přesunu preferencí při konzumaci alkoholu z barů směrem... Celý článek [zde](#)



POP AI NEWS



Průzkum POPAI CE bude zkoumat funkce POP komunikace a vliv na značku i prodej v HORECA destinacích

V provozovnách segmentu HORECA, jako jsou hotely, restaurace, hospody, bary či kavárny, bývá často umístěno rozmanité množství různých nástrojů POP komunikace. Nový unikátní průzkum HoReCa In-Store Insight Study, který organizuje POPAI CE, bude zkoumat funkce těchto nástrojů a jejich vliv na vnímání značek a spotřební chování zákazníků v gastro zařízeních. Zároveň průzkum odpoví na otázky, jaké jsou marketingové, strategické a praktické cíle, které mohou komunikační prostředky plnit z pohledu investorů, jakou roli hrají v jejich vztazích s provozovateli gastro zařízení a zároveň jak je tyto provozovatelé vnímají. Průzkum umožní pochopit komplexní systém vzájemné interakce mezi prostředím, značkami, produkty a provozovateli. Syndikovaný výzkum se zaměří na obecné aspekty, ale zároveň bude zjišťovat postoje ke konkrétním standardním typům aplikací (stojany a poutače, světelné reklamy, slunečníky, menu stojánky, ubrusy atp.) i k nestandardním typům (LCD obrazovky a tablety atp.). Výstupy průzkumu budou mimo jiné sloužit k vytvoření nových podkladů pro optimalizaci a inovaci POP nástrojů i pro upřesnění potenciálu POP komunikace a jejich dalších možností do budoucna v tomto specifickém maloobchodním kanálu. V současnosti



probíhá doladění celého projektu průzkumu a jednání s potenciálními partnery projektu, tzn. společnostmi, které prodávají své produkty v HORECA destinacích. Jde především o dodavatele sortimentu piva, lihovin, nealko nápojů, kávy, čaje apod. Každá produktová kategorie bude zastoupena pouze jedním exkluzivním partnerem. Vzhledem k syndikovanému charakteru projektu tak partneři získají data a výstupy v mnohanásobně vyšší hodnotě, než je partnerský poplatek. Projekt je organizovaný oborovou asociací, která garantuje objektivní a neziskový charakter projektu. Vybrané výstupy budou průběžně sdíleny s odbornou veřejností

s cílem zlepšit práci s in-store komunikačními médii v HORECA provozovnách. Partnerský vstup do projektu je kromě pивní kategorie stále otevřený. Pro poskytnutí více informací či v případě zájmu o účast v průzkumu jsme Vám k dispozici a rádi Vám zašleme detailní prezentaci projektu.

Certifikovaný kurz POPAI CE „Základy In-store marketingové komunikace“

Naučte se s námi základy komunikace v místě prodeje a získejte certifikát! Kurz je pojatý jako úvod do problematiky, základů a fundamentálních oblastí oboru in-store marketingové komunikace pro začínající profesionály působící u výrobců, zadavatelů reklamy, maloobchodníků a reklamních agentur. Akce proběhne 21. 6. 2016 od 9.00 do 16.30 hodin v přednáškové místnosti společnosti Ipsos s.r.o., Slovanský dům, Na Příkopě 22, vchod E, Praha 1. V kurzu přednášejí zkušení experti, kteří aktivně a dlouhodobě působí v oboru POP komunikace.

Součástí je také praktické cvičení - společná revize POP médií zaslanych přihlášenými účastníky.

Více informací o programu kurzu najdete [zde: http://www.popai.cz/certifikovany-kurz-popai-ce-zaklady-in-store-marketingove-komunikace](http://www.popai.cz/certifikovany-kurz-popai-ce-zaklady-in-store-marketingove-komunikace)



I takto by se dala popsat situace v poměrně mladé, za to dynamické firmě Effetec. Od dob jejího vzniku se postupně rýsuje cesta, kterou si firma dobývá a posiluje svou pozici na trhu. Po roce plném změn, zejména v personální sféře, se zdá, že její strategie jsou již jasně vytyčeny. A jak? Začneme postupně, představením firmy jejími nynějšími majiteli.

Odkud jsme se vzali?

„Effetec se na trhu poprvé objevil v roce 2012. Nezačínali jsme však od nuly. Naši zaměstnanci měli již v době vzniku naší společnosti bohaté zkušenosti v oboru. Na samém zrodu Effetecu se tedy podílel malý tým lidí, avšak s bohatými zkušenostmi, neskromnými cíli a s velkým odděláním těchto cílů dosáhnout. Už v té době jsme si byli vědomi toho, že tým našich zaměstnanců je to nejvzácnější, co máme a bez jeho nasazení by uvedení firmy do provozu nebylo ani možné. Zkušenosti a schopnosti celého kolektivu se dokonale doplňují a tvoří pevný základ pro další kroky vpřed. Ve firmě jsme tak spíše jedna velká rodina a stoupání vzhůru je vizí společnou, nikoliv nadřazenou. Mít v kolektivu týmové hráče je již nedílnou součástí image naší firmy. Za tak krátkou dobu se nám tedy podařilo vytvořit si nejen příjemné pracovní prostředí, ale také síť spokojených zákazníků z různých koutů světa, a tím naše cesta rozhodně nekončí.“

Aktuální situace a vize

„Základní hodnoty, na kterých si zakládáme, zůstávají stejné. Stěžejní je pro nás stále loajalita, týmovost a rodinná atmosféra, protože si myslíme, že je to zároveň první krok k navázání úzkých vztahů se zákazníky. Nyní se cítíme být připraveni posunout se o krok dál. Doposud jsme věnovali největší úsilí vývoji nových technologií a na jejich zdokonalování budeme pracovat průběžně i v budoucnosti.“

V současnosti je naší absolutní prioritou péče o současné zákazníky a navazování kontaktů s novými partnery. V letošním roce se chceme více propagovat navenek, objevovat nové marketingové strategie a expandovat do dalších zemí světa. Máme velice schopný pracovní kolektiv, na trh přichází nový stroj, je tedy na čase tyto zbraně ukázat v celé své kráse.“

Jednoduchost, rychlost, spolehlivost

Přesně tato hesla mají potenciál upoutat pozornost nového zákazníka. Pracovní tempo se žene kupředu, všechno je rychlejší, výkonnější a tomu musí odpovídat i technika, která tento vývoj umožňuje a posouvá vpřed. V Effetecu se proto nedrží při zdi ani v této oblasti. Vývojovým oddělením firmy byla vytvořena nová, vylepšená elektronika pro upgrade strojů, která se v rámci servisů nyní nabízí nejen stávajícím zákazníkům. Další stálí nabídky je vedle upgradu strojů tiskárna SimpleJet, montáže nových tiskových hlav nebo široký výběr UV inkoustů. Pozornost se však momentálně ubírá k novému esu v rukávu, ke stroji EffeJet FB 2132, který je již uveden na trh.

„Za tímto projektem stojí opět tvrdá práce celého našeho týmu. Jsem rád, že naši lidé neznají slovo „nejde“ nebo „nemůžu“. Vývoj jde dopředu, ale my nespíme. Vývojový tým nepřetržitě zlepšuje naše software programy, servisní tým a konstruktéři mezi sebou neustále sdílí své postřehy a nápady a na základě toho se posouváme dál. Jednoduše řečeno, na vývoji nového stroje se podílela celá firma. Stroj EffeJet FB 2132 má například naši novou elektroniku nebo tiskovou hlavu Konica Minolta 1024, což mu už samo o sobě zajistí výborné technické vlastnosti, ve kterých se snoubí rychlost s kvalitou. Myslíme ale také na požadavky spotřebitele - nezanedbáváme ani moderní prvky, které si dnešní zákazník žádá. Důraz klademe na jed-

noduchost, spolehlivost a maximální efektivitu. Naši lidé umí číst potřeby zákazníků, vědí, co si trh žádá, a věříme, že nás výroba nového stroje opět posunula o kus dál.“

Cettec

Na chvíli poněkud odbočíme. Cetttec je název druhé, sesterské firmy, která je na trhu úplným nováčkem. Jejím původním posláním bylo vyrábění součástek do strojů firmy Effetec, se kterou sdílí prostory a její majitelé v Effetecu rovněž působí. Jak se však ukázalo, její produkty nalezají uplatnění i v jiných sférách trhu a o součástky vyráběné na míru je nad očekávání velký zájem. Jaké jsou tedy souvislosti mezi těmito společnostmi? „Firma Cetttec původně vznikla především pro naše potřeby, pro zjednodušení servisu strojů a pro urychlení vývoje toho připravovaného. Zajišťuje nám určitou nezávislost v možnosti výroby náhradních součástek. Obchod totiž prodejem nekončí. Naopak. Naši zákazníci mají garanci servisů a oprav, které osobně provádíme. Servisní cesty jsou pro nás výbornou zpětnou vazbou vzhledem k upgradu strojů a vývoji nových. Výrobky Cetttecu nám tak umožňují rychleji reagovat na zákaznickou konkrétní požadavky. Pokud jde o rozvoj firmy Cetttec, momentálně budujeme její stabilní postavení na trhu a provázání její výroby i s jinými oblastmi než je tisk, protože po těchto produktech je poptávka. V nevýrobní sféře platí pro Cetttec stejné hodnoty jako pro Effetec, očekáváme tedy neméně dynamický rozvoj. Do budoucnosti uvažujeme o spojení obou firem, ale prozatím není kam spěchat.“

Slova závěrem aneb okem autora

Při příležitosti rozhovoru s majiteli firmy Effetec proběhla také prohlídka firmy a setkání s některými jejími zaměstnanci. Je opravdu fascinující, jak uvolněná atmosféra zde panuje. Jakožto naprosto cizí člověk se ihned dokážete vcítit do role jejich spokojeného zákazníka, se kterým probírají obchodní záležitosti nad odpolední kávou, jako by byli staří známí. Je vidět, že humor tu nikomu není cizí a zaměstnanci k sobě mají blízko. O tom svědčí i páteční pravidelné společné sportovní aktivity. Ale pozor, ne v osobním volnu. Ano, prostě se jde odpoledne místo vysedávání v kanceláři sportovat. Že má majitel blízko ke sportu, dokazují také zarámované cyklistické dresy na stěnách a několikaleťatá sponzorská podpora ženské cyklistiky. Není tedy divu, že je kolektiv společnosti velice houževnatý a motivovaný pro stále lepší výsledky. Pro tohle všechno se poté loučíte s úsměvem na tváři a s pocitem, že pracoviště s takovýmto duchem může přítomným opravdu spousta lidí závidět. Své přednosti si také náležitě hýčkají – vědí, že právě tato přidaná hodnota v podobě úsměvu na rtech, dělá firmu „jejich“ firmou a že tisk s jejich stroji není nikdy pouze jen tiskem. Je za ním příběh - příběh lidí se zkušenostmi a odděláním, se kterým dnes doslova dobývají svět.

Judita Lorencová



Světelná reklama má v České republice poměrně dlouhou tradici, přesto může tento podobor signmakingu stále něčím překvapovat. Svě o tom ví i společnost Dencop Lighting, s.r.o., která 26. 5. uspořádala ve spolupráci s ABF, a.s. odborný seminář, kterého se mohla bezplatně zúčastnit jakákoliv společnost, která měla zájem se zdokonalit v užívání komponentů pro světelnou reklamu.

Zahraníční přednášející

Na odborný seminář konaný v prostorách Fakulty aplikované informatiky UTB ve Zlíně poukazující na nejčastější chyby při kompletaci světelné reklamy, využívání traf a LED průmyslových osvětlení, se přijelo podívat přes 60 zástupců firem z celé ČR. Nechybělo ani zahraniční zastoupení společnosti MEAN WELL, která vyslala generálního manažera pro Evropský trh Liu Colemana, který za pomoci konsekutivního tlumočení informoval nejen o certifikaci CE a jejím složení LVD, EMC, ErP a RoHS, ale také o směrnících a dopadech jejich porušení na uživatele a také na společnosti, jež chybně používají komponenty, které nespĺňují předepsané normy v různých zemích. Zejména se jedná o problematiku certifikace a zařazení napájecích zdrojů řady LPV v rámci jednotlivých zemí do oblasti světelné reklamy, což ani v rámci EU není jednotné.

Praktické problémy a jejich řešení

Hlavním lákadlem pro přítomné byla sekce, která ve spolupráci s Ing. Jaroslavem Malochem, CSc. z Fakulty technologické UTB ve Zlíně informovala o technických parametrech. Opravdovým přínosem ovšem byla část zabývající se praktickými problémy a způsoby jejich řešení. Tato část byla vytvořena na základě dlouholetých zkušeností pracovníků společnosti Dencop Lighting a poradenské činnosti, již se společně s distribucí společnost věnuje. Ing. Vlastimil Urban informoval od účinnosti SMD LED pouzder, použití LED ve světelných reklamách, přes volbu vhodných typů difuzorů, volbu vhodné-

ho typu LED modulu/LED pásku (v závislosti na dělení, zaměření, doporučené rozteči), dále pak návrhy rozmístění LED modulů 3D písmen, nejčastější řady používaných komponentů, instalaci a její náležitosti (rozteče rastru, rozvržení paralelních větví a jejich napájení a jiné), volby průřezů kabeláže a úbytků na vodiči, až po volby spínaných zdrojů, jejich umístění a izolace LED aplikací. V závěru sekce byla pozornost věnována LED páskům, jejich vlastnostem, instalaci, chlazení a regulaci včetně kontrolingu. Tyto informace byly v rámci zpětné vazby velmi ceněny, jelikož byly doprovázeny praktickými ukázkami včetně sortimentu, který si mohli účastníci během přestávek mezi sekcemi prohlédnout. Kvitováno bylo obzvláště praktické zaměření výkladu včetně zajímavostí, které nejen inspirovaly, ale také kvalifikačně posunuly posluchače vpřed.

LED průmyslové osvětlení

Nelze opomenout ani sekci vedenou Ing. Petrem Ambrožem zaměřenou na LED průmyslové osvětlení, která dávala do rukou montážním firmám informace, kterými lze argumentovat při rozhodnutí použít LED průmyslová osvětlení. Srovnání parametrů klasických výbojkových

osvětlení a LED průmyslového osvětlení včetně návrhů a dat potřebných k výpočtům případné úspory jsou cenným artiklem potřebným při odůvodnění nákladů. Návratnost investic v podobě ročních úspor převedených na peněžní jednotky zajímají každého investora. Nejen finanční a technologické parametry, ale také manipulace, správné využívání a teploty chromatičnosti dávaly pak komplexnost celému semináři. Na závěr semináře pak proběhl volitelný program, který spočíval v prohlídce firmy včetně regionálně zaměřeného pohoštění pro jednotlivé účastníky semináře.

Semináře budou pokračovat

Na základě vyhodnocení zpětné vazby jednotlivých účastníků se společnost DENCOP Lighting rozhodla opět ve spolupráci se společností ABF, a.s. seminář podobného typu uspořádat i v budoucnu a stanovit určitou periodicitu akcí tohoto charakteru. Jak uvedl majitel společnosti Milan Gregůrek: „Zákazník je partner, který si zaslouží nejen kvalitní zboží, ale také radu a pomoc, pokud ji potřebuje. Prodejem zboží vše nekončí, nýbrž začíná. Pokud chcete mít kvalitní zázemí ve vlastní firmě, musíte jej pomáhat budovat i v těch partnerských.“



ASD ČR jednala i oslavovala



Diskuze účastníků na terase hotelu Kavka před zahájením sjezdu

Ve dnech 26.–28. května 2016 proběhl v romantickém prostředí Českého ráje v hotelu Kavka v Malé Skále u Železného Brodu výroční sjezd členů Asociace sítotisku a digitálního tisku ČR a oslavy 25. výročí založení této asociace. Pozvání na obě tyto propojené akce přijali Yaşar Güvenen, prezident mezinárodní asociace FESPA, jejímž je ASD ČR dlouholetým členem, dále Chris Smith, bývalý manažer pro členské záležitosti FESPA, se kterým ASD ČR stále udržuje velmi přátelské kontakty, a početná delegace partnerského slovenského SZSDT vedená jeho sekretářem Ludovítem Bartošem. Výroční sjezd členů ASD ČR proběhl ve čtvrtek 26. května v podvečer. V jeho průběhu byla projednána a schválena činnost a aktivity asociace v uplynulém období, její

hospodaření, formální transformace asociace na spolek podle požadavků nového spolkového zákona, pokračování dosavadní úspěšné těsné vzájemné spolupráce s partnerským slovenským SZSDT a návrh činnosti ASD ČR na další období. Zvolena byla také nová Výkonná řídicí rada asociace ve složení Ing. Zdeněk Fidranský – prezident, Jindřich Havlík – viceprezident, Adriana Ryjáčková – sekretář a František Jírovec a Mgr. Ivan Doležal – členové, a Dozorčí rada ve složení Ing. František Beránek – předseda a Petr Štutzbart a Jan Macek – členové. Při příležitosti 25. výročí svého založení udělila ASD ČR čestné členství Zlatko Šimkovi a Milanu Binčíkovi z partnerského slovenského SZSDT a dále Vladimíru Pelantovi in memoriam, Blance Havlové, Ale-

ně Popelkové a Ivanu Doležalovi. Jednání výročního sjezdu bylo ukončeno společenským večerem. Na následující den byly připraveny rekreačně sportovní i naučně vzdělávací aktivity spojené s oslavami 25. výročí založení asociace. Hned po snídani, už v 9 hodin ráno, se nejdůležitější účastníci oděni do pruhovaných námořnických triček a červených pirátských šátků s logem oslav výročí v přístavišti v Malé Skále nalodili na pět raftů a jednu kánoji a spluli po řece Jizeře zhruba 10 kilometrů až do Dolánek. Sjezd Jizery proběhl bez jakýchkoliv nehod nebo nepříjemných zážitků. Ostatní se do Dolánek dopravili na koloběžkách nebo po vlastní ose. Tam na ně čekalo malé občerstvení a přistavený autobus, který je odvezl do Pivovarské restaurace ve Svíjanech, kde byl připraven společný oběd, a po obědě potom exkurze do známého místního pivovaru, spojená s ochutnávkou jeho produktů. Potom už následoval návrat autobusem do Malé Skály, který si někteří účastníci s nejlepší fyzickou kondicí prodloužili ještě o pěší výlet na hrad Frydštejn. Celé oslavy byly ukončeny opět společenským večerem, v jehož průběhu došlo i na oslavné zdravice, vzájemné předávání darů a přípitky, tombolu s hodnotnými cenami a posezení s písničkami za doprovodu kytar.

V sobotu 28. května po snídani se potom všichni účastníci po často dlouhém a srdečném loučení rozjeli zpátky do svých domovů.



Děkujeme za účast na květnovém veletrhu Event Day v Praze

Těšíme se na další setkání,
tentokrát v Brně.
Veletrh se uskuteční na podzim 2016

Pro více informací sledujte
web www.eventday.cz





DUHOVÝ PAPERSEK

PŘEDSTAVUJE VÍTĚZE SOUTĚŽE O NEJLEPŠÍ **SIGNMAKINGOVOU REALIZACI 2015**

KATEGORIE

GRAND PRIX
MORIS design s.r.o.

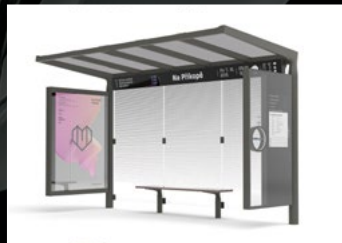
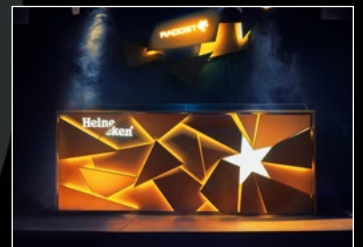
KATEGORIE SVĚTELNÁ REKLAMA
NEONY sign a.s.

KATEGORIE OUTDOOR REKLAMA
PRECIOSA ORNELA, a.s.

KATEGORIE INDOOR REKLAMA
Atlas Advertising Group s.r.o.

KATEGORIE MOBILNÍ REKLAMA
MOBILBOARD s.r.o.

KATEGORIE POP/POS REKLAMA
GRAPO s.r.o.
MORIS design s.r.o.



ZVLÁŠTNÍ CENA ČASOPISU PRO MĚSTA A OBCE
BigBoard Praha, a.s.

CENA SDRUŽENÍ DODAVATELŮ PRO SIGNMAKING
GRAPO s.r.o.

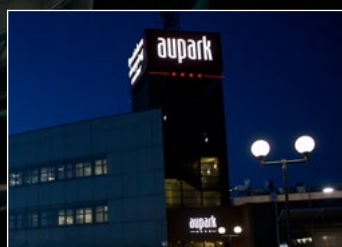
CENA ČESKÉ MARKETINGOVÉ SPOLEČNOSTI
WELLEN a.s.

CENA ASOCIACE ČESKÝCH REKLAMNÍCH AGENTŮR A MARKETINGOVÉ KOMUNIKACE
HANTON - svetelné reklamy, s.r.o.



CENA VELETRHU REKLAMA POLYGRAF
3 P, spol. s r.o.

ZVLÁŠTNÍ OCENĚNÍ POROTY
GRAPO s.r.o.



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

Generální partner:

Partneři:

Mediální partneři:

Vyhlášovatel:

Organizátor:





LITÉ BANNERY DTEC
DTEC COFR 510 – litý frontlit 510g
JEDNODUŠE / RYCHLE / EFEKTIVNĚ

www.ospap.cz www.papyrus.com



Ze starého člunu nový

Rakouská firma DigiCut z Linzu přijala zakázku na celopolep člunu od firmy Palmetshofer Nautic. V loděnici na Atterském jezeře bylo potřeba zre-novovat starý člun a celopolep se jevil jako nej-rychlejší cesta k zrestaurování plavidla. Výsledek můžete porovnat... Celý článek [zde](#)



Multimediální show Vivid Sydney

Festival Vivid Sydney se koná každoročně v nej-větším australském městě. Show ze směsi světla, videa, slova, hudby a dalších uměleckých vyjád-ření je vyhledávanou atrakcí. Videoprejekci na de-víti lokalitách zajistila... Celý článek [zde](#)



Canon spustil provoz skenovacího a vytěžovacího centra

Společnost Canon CZ slavnostně zahájila provoz pražského digitalizačního centra v nových pro-storách v budově sídla společnosti. Ta sídlí v Pra-que Marina Office Center v Praze 7. Pražské Center of Excellence for Intelligent Data Processing (CoE-IDP) bylo od... Celý článek [zde](#)

Druhá aktualizace pro PitStop 13

Společnost Enfocus připravila druhou aktualizaci nejnovější verze svého softwaru PitStop 13 pro kontrolu kvality PDF. Uživatel získává vylepšení, které mu usnadní práci... Celý článek [zde](#)



Požární hlídka podle Rembrandta

Zajímavý projekt na svou propagaci vymyslela firma TenCate, která je nadnárodním výrobcem ochranných a pracovních... Celý článek [zde](#)



Zpráva IDC: Xerox lídrem v poskytování služeb pro workflow

Společnost Xerox je ve zprávě IDC MarketScape o hodnocení poskytovatelů služeb pro workflow za rok 2015 označen za lídra v regionu střední a východní Evropy... Celý článek [zde](#)

Canon Europe na veletrhu IFSEC International

Canon Europe předvede svoji technologii pro kvalitní zpracování obrazu při světelných podmín-kách na veletrhu IFSEC. Firmy Digital Barriers, Ip-sotek a Intelico se připojí... Celý článek [zde](#)

Nové rozhraní Ricoh zlepšuje možnosti konečné úpravy dokumentů

Ricoh pomáhá svým zákazníkům maximalizovat jejich produkční možnosti prostřednictvím svého nového rozhraní, které... Celý článek [zde](#)

RICOH

Obyvatelé si vyberou reklamu

Městská část Amsterdam Jih se rozhodla obnovit historické reklamy z let 1850 – 1950 na fasádách budov. Obyvatelé si... Celý článek [zde](#)



Co je nového na Retailblogu?

Prostor letiště Schiphol Amsterdam prohlédl Petr Šimek svým pozorným zrakem a přinesl nám ně-kolik zajímavých postřehů. Jeden se týká značko-vé prodejny... Celý článek [zde](#)



Nové stojany pro Nescafé Dolce Gusto

Společnost Nestlé připravila pro milovníky kávy nový branding a také větší balení oblíbené kávy Nescafé Dolce Gusto. Ve vybraných prodejnách tak ke koupi lákáí... Celý článek [zde](#)

