

Ассортимент ЗЕНОНа не полон без неона!

Подробнее читайте на стр. 34

**Хотите знать
где самые доступные
материалы для
визуального
оформления?**

www.adv24.ru

Коллекция лучших марок

ONJET-3204SPT

POLAJET 3206/3204N

ZEONCUT-920

ZEONJET ST-600

УФ-ПРИНТЕРЫ DGI

СУБЛИМАЦИОННАЯ ПЕЧАТЬ

СУБЛИМАЦИОННЫЕ ПРИНТЕРЫ VividJETPro

SATURNJET II/III-1800

ЗЕНОН-ТЕХНИК
Россия, 105187, г. Москва, ул. Вольная, д. 2
Тел./факс: (495) 788-0775;
www.dgi-net.ru; www.zenon-net.ru; vivid-print
E-mail: sales@dgi-net.ru

неоновые трубки Tecpolux

ETS ПЛАСТИКОВЫЕ КРАСКИ ДЛЯ ШРИФТОВ

ПЛАСТИКОВЫЕ КОСЫ

Дистанционные держатели

Алюминиевые профили АИ-РАМ

Акриловые профили

Пускорегулирующая люминесцентные лампы

Декоративная светотехника

ФОТО-КЕРАМИКА ДЛЯ СУБЛИМАЦИОННОЙ ПЕЧАТИ

ФУТБОЛКИ ДЛЯ СУБЛИМАЦИОННОЙ ПЕЧАТИ

ЛИТЫЕ АКРИЛОВЫЕ СТЕКЛА

ВСПЕНЕННЫЕ ПВХ-ПЛАСТИКИ

СОТОВЫЕ ПОЛИЭТИЛЕНОВЫЕ ПЛАСТИКИ

ТЕРМОПЛАЕН

ЧЕРНИЛА ДЛЯ ЦИФРОВОЙ ПЕЧАТИ

МОБИЛЬНЫЕ КОНСТРУКЦИИ

СВЕТОВЕРЖАЮЩИЕ МАТЕРИАЛЫ

ZEONJET SUB-2000

SWING EX

Ткани для сублимационной печати

ЦВЕТНЫЕ ВИНИЛОВЫЕ ПЛЕНКИ ДЛЯ АППЛИКАЦИИ

ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ АППЛИКАЦИИ

БАНИРНЫЕ ТКАНИ

МОНТАЖНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

NEON НЕОНОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ



РЕКЛАМНЫЕ ПОСТАВКИ

ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ОФИС:
Россия, 105187, Москва, ул. Вольная, д. 28
тел./факс: (495) 788-11-33 (многокан.)
http://www.zenonline.ru; E-mail: sales@zenonline.ru

ЗЕНОН-СВИБЛОВО:
Россия, 129344, Москва, ул. Енисейская, д.1
тел.: (495) 788-93-33 (многокан.), (499) 184-25-36
E-mail: sviblovo@zenonline.ru

ВЛАДИВОСТОК: (4232) 43-77-44; E-mail: vlad@zenonline.ru
ВОЛГОГРАД: (8442) 95-71-71; E-mail: vgrad@zenonline.ru
ЕКАТЕРИНБУРГ: (343) 344-344-7; E-mail: eburg@zenonline.ru
КАЗАНЬ: (843) 2-789-789; E-mail: kazan@zenonline.ru
НИЖНИЙ НОВГОРОД: (831) 278-68-68; E-mail: nnov@zenonline.ru
НОВОСИБИРСК: (383) 240-08-28/40/45; E-mail: nsk@zenonline.ru
РОСТОВ-НА-ДОНУ: (863) 295-45-55; E-mail: rost@zenonline.ru
САМАРА: (846) 269-39-60/61/62; E-mail: samara@zenonline.ru
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ: (812) 622-02-02; E-mail: spb@zenonline.ru
УФА: (347) 2-481-481; E-mail: ufa@zenonline.ru
ЧЕБОКСАРЫ: (8352) 45-45-46; E-mail: chbox@zenonline.ru
ЧЕЛЯБИНСК: (351) 774-56-59; E-mail: chel@zenonline.ru



НАД НОМЕРОМ РАБОТАЛИ:

Издатель: ООО «Ар энд Ди Коммуникейшнз» **Главный редактор** Олег Вахитов

Редактор Валентин Сучков

Отдел рекламы Ксения Деева, Светлана Голикевич, **Распространение** Михаил Максудов, Дарья Маркина E-mail: info@RIDcom.ru

Корректор Ирина Карпеева **Верстка** Елена Пряхина **Фирменный стиль** Ё-программа

Адрес редакции 129223, Москва, Остаповский проезд 3, стр. 24, блок 9, офис 301 **Телефон/факс** (495) 234-7494,

Тираж 5.000 экз. **Печать** Типография «Взлёт», г. Санкт-Петербург т. (812) 462 85 85

Распространяется бесплатно

Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере массовых коммуникаций, связи и охраны культурного наследия как рекламное издание. Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС 77-31288 от 05 марта 2008 г.

При перепечатке материалов ссылка на издание обязательна. Ответственность за коммерческие материалы несут рекламодатели.

КОМПАНИИ, ПРЕДСТАВЛЕННЫЕ В НОМЕРЕ:

Alcan	21	Зенон	1-я обл., 1, 34
DESTЕК	18	Лайт Ап	37
NEOTEC	22	Латек	28
WeMaTec	19, 21	ЛИР	39, 41
We R. Supply	36	ЛРТ	40
Альтима	26, 43	Нео-Неон	33, 37
АМТ-ТИМ	23, 31	ОРАКАЛ-Трейдинг	27
Большая Буква	31	ОРГСТЕКЛО	23
ВЕКА Рус	20	РекКомплект	31
ВеМаТек-Стройтехнология	4-я обл.	Торговая компания «РК»	44
ВМТ-Столица	27, 29, 39, 3-я обл.	Техно-Графика	42
ГК Континент	41	ФорДа	24



Дорогие друзья!

В последнее время, судя по обращениям в отдел распространения издания, участились случаи, когда свежие выпуски «Наружки для производителей» не были доставлены некоторым нашим постоянным подписчикам. Подобные огрехи в работе отечественных служб почтовой рассылки даже вызвали тревогу у двух-трех получателей издания: «Что с журналом?..» Такое беспокойство вполне оправданно, если учесть, что последствия мирового финансового кризиса нанесли ощутимый удар по средствам массовой информации и даже привели к закрытию как минимум двух конкурирующих с «Наружкой» изданий... Между тем, как уже очевидно, мы — по-прежнему в строю!

Более того, спешим вам сообщить хорошую новость: теперь издание можно «получить в считанные секунды» и прочитать буквально в каждом доме и в каждом офисе, где есть сеть Интернет! Для этого достаточно посетить веб-страничку: <http://www.naroozhka.ru/naroozhka/index.html>. Здесь представлены электронные версии не только свежего выпуска «Наружки для производителей», но и очередного номера «Наружки для заказчиков рекламы» в удобном для просмотра интерфейсе. Кроме того, при желании на этой же страничке можно заново бесплатно подписаться и на печатную версию каждого из журналов.

Приятного чтения!

www.naroozhka.ru

**Подписка на журнал
Цены на рекламу**

СОДЕРЖАНИЕ:

СОБЫТИЯ

- 4 **Новости**
- 5 **Антикризисное предложение**

ФОРМУЛА УСПЕХА

- Рекламодаватель**
- 6 Сергей Тарасов, генеральный директор ЗАО «Оргстекло»
- Бренд**
- 8 PLEXIGLAS
- Критическое мнение**
- 12 «Манифест цифровой революции» федерации FESPA
- Сайнмейкер**
- 14 Сергей Окованцев, директор по маркетингу холдинга We R.Signs

МАТЕРИАЛЫ

- 17 **Новости**
- Продукты и решения**
- 24 Носители для рентабельной печати
- Шпаргалка**
- 30 Подложка: типы и функции

СВЕТОТЕХНИКА

- 32 **Новости**
- Продукты и решения**
- 34 Неон в «ЗЕНОне»

ОБОРУДОВАНИЕ

- 38 **Новости**

ИНДУСТРИАЛЬНОЕ ЧТИВО

- Ретроспектива**
- 45 «НАРУЖКА». Год шестой.
- 49 **СДЕЛАЙТЕ ЗАКАЗ**
- 52 **ПОДПИСКА**



8

Международные завоевания акрила по имени PLEXIGLAS



12

FESPA: «Печатникам нужны равные права с их клиентами, наружной рекламе — равенство с другими медиа»



14

Ноу-хау, нюансы и перспективы серийного производства объемных букв в России



45

«Наружка» — 2005: уроки и достижения



Международная федерация национальных ассоциаций печатников FESPA подвела итоги первого экономического исследования «Economy survey».

Опрос 400 представителей печатающих компаний, производителей оборудования и материалов для печати, а также их дистрибьюторов проводился в электронной форме в июле текущего года в сотрудничестве с аналитико-консалтинговым агентством InfoTrends.

Согласно полученным результатам, владельцы широкоформатного оборудования и их поставщики по всему миру в целом оптимистично смотрят в будущее, веря, что их бизнес восстановится до уровня, предшествовавшего мировому финансовому кризису, в течение ближайших 12 месяцев.

Около 14% респондентов сообщили о признаках восстановления своего бизнеса. Еще 23% опрошенных ожидают, что их прибыль увеличится во второй половине 2009 года. 25,6% участников исследования ожидают подъем на рынке в начале 2010 года, и приблизительно столько же — в конце 2010 года.

Менее 12% респондентов выразили мнение, что нынешние экономические условия сохранятся и в 2011 году. 83% опрошенных верят, что они занимают достаточно прочные позиции, чтобы воспользоваться преимуществами восстановления рынка.

В то время как четверть опрошенных отметили, что их бизнес стабилен или же был подвержен минимальному влиянию последствий финансового кризиса, большинство признало ощутимый удар от экономического спада. Среди них 27% респондентов оценили негативный эффект в 25% и более.

Исследование показало, что поставщики услуг в области печати продолжают вносить изменения в свои операционные расходы в поисках противодействия падению оборотов. 35,2% из печатников намерены перейти на более дешевые носители, 28,7% — на менее дорогие чернила, и еще 18,5% — сократить расходы на обслуживание оборудования. 46,3% ужесточили контроль над потреблением расходных материалов.

Планшетная печать пережила рост популярности: 22,2% поставщиков услуг в области печати намерены воспользоваться данной технологией, чтобы сократить расходы на рабочую силу.

Как отмечают в федерации FESPA, к сожалению, снижение цен остается популярной тактикой для привлечения покупателей, к которой прибегают 41,3% опрошенных, чтобы справиться с последствиями экономического спада. Почти треть из них отметили гибкие условия оплаты как средство для привлечения бизнеса, и более четверти подчеркнули, что их стратегия ценообразования приводится в движение агрессивной ценовой политикой конкурентов.

Вместе с тем, как показало исследование, многие печатники позитивно отреагировали на испытания, оптимизируя ассортимент или же обращая особое внимание на смежные сферы применения их продукции, к примеру, печать по текстилю, чтобы увеличивать маржу. 23,9% печатников внедрили новые стратегии продаж и маркетинга, и 12,2% увеличили персонал менеджеров по продажам, чтобы пережить экономический спад.

Федерация FESPA планирует проводить подобные исследования регулярно, начиная с настоящего времени вплоть до выставки FESPA 2010, которая пройдет в Мюнхене (Германия) с 22 по 26 июня следующего года.

Компания HP подвела итоги исследования о влиянии цвета на процесс принятия решений.

Цель — проанализировать возможность влиять на отношение аудитории к напечатанным утверждениям, используя различные цвета печати. Результаты этого исследования должны помочь компаниям лучше понять, каким образом различные группы реагируют на цвет и, в свою очередь, дадут им возможность проанализировать и улучшить использование цвета во внутренних и внешних коммуникациях. Выборка опроса составила более 2000 работающих профессионалов в возрасте от 16 до 55 лет в ряде стран Европы, Ближнего Востока и Африки, включая Великобританию, Германию, Испанию, Италию, Нидерланды, Россию, Францию, Швецию, ЮАР и Украину.

В ходе исследования отдельным группам респондентов предложили оценить ряд «нейтральных утверждений», напечатанных разным цветом, указав степень своего согласия с ними.

Согласно результатам опроса, использование зеленого цвета оказалось наиболее эффективным для достижения согласия респондентов с рядом утверждений. Так, по данным, полученным в девяти странах, 53% опрошенных высказали согласие (или абсолютное согласие) с утверждениями, напечатанными зеленым цветом по сравнению с 36% согласных с теми же утверждениями, представленными в черном цвете.

Исследование также выявило корреляцию между полярностью ответов (абсолютное несогласие и абсолютное согласие) и цветом. Вопросы, напечатанные красным цветом, вызвали в три раза больше крайне негативных ответов (30%) по сравнению с черным вариантом (10%) по всей выборке исследования в девяти странах.

В ходе исследования также выяснилось, что мужчины более склонны выбирать максимальную степень негативного ответа (24%), чем женщины (11%). Красный для обоих полов оказался цветом, стимулирующим принятие решения, как негативного, так и позитивного: 34% мужчин и 24% женщин смогли четко высказать свою позицию, в то время как только 16% мужчин и 3% женщин сделали это с помощью вопросника, напечатанного в черном цвете.

Компания Gerber Scientific Inc. заключила соглашение с компанией ALLTEC Angewandte Laserlicht Technologie GmbH, подразделением компании Videojet Technologies Inc., о продаже своего подразделения FOBA Technology + Services GmbH (FOBA).

FOBA специализируется на разработках устройств для лазерной гравировки и маркировки. В соответствии с достигнутым соглашением, условия сделки на разглашаются. Вместе с тем компания Gerber Scientific Inc. заявила о том, что после результате продажи подразделения FOBA ей удастся уменьшить свой огромный долг, а также использовать вырученные средства в первоочередных корпоративных целях.

Компания Mimaki Engineering Co. Ltd объявила о прекращении продаж широкоформатных струйных принтеров серии JV4.

Как сообщается в официальном заявлении, решение о прекращении выпуска и поставок принтеров серии JV4 принималось нелегко, поскольку эти системы очень успешно зарекомендовали себя на рынке и пользовались популярностью среди клиентов по всему миру.

HP Scitex XP2750 за 0.2750 %

Компании HP и LRT объявили о старте новой антикризисной акции при поддержке партнерской программы LRT&HP Finance. Акция направлена на потребителей рынка LFP, желающих приобрести широкоформатные принтеры серии HP Scitex XP2750 для печати на гибких и жестких носителях. Условия предполагают продажу оборудования по лизинговой схеме с минимальной ежемесячной процентной ставкой в 0,275%, отсутствием первоначального взноса и, как дополнительный бонус, освобождение от оплаты лизинга в первые 2 месяца.

Специальные предложения от компании We R.Supply на светотехническую продукцию

1. Компания We R.SUPPLY установила специальную низкую цену на электроды EGL при условии покупки неоновое стекло EGL. Количество ограничено.

2. Снижение цен от 10 до 50% на светодиодную светотехнику, трансформаторы для неона, неоновое стекло и т.д. Обращайтесь в любое представительства компании для получения полной информации.

Компания «ЗЕНОН» резко снизила цены на светодиодные модули.

Уже долгое время компания «ЗЕНОН» остается единственным поставщиком светодиодных модулей в 5-ти вариантах исполнения. Речь идет об одно-, двух-, трех-, четырех- и шестидиодных кластерах.

Немаловажно, что весь этот ассортимент постоянно поддерживается на складе.

С июля цена на наиболее популярные модели и цвета снизилась на 30 и даже более процентов при том, что глубина скидок от количества не изменилась.

Теперь светодиодные решения станут более доступными как для производителей, так и для заказчиков световой рекламы.





Сергей Тарасов

Генеральный директор ЗАО «Оргстекло»

Место рождения

Родился в г. Дзержинске Горьковской области. В то время мой родной город Дзержинск считался самым зеленым городом Советского Союза. К сожалению, сегодня Дзержинск больше знаменит тем, что занесен в Книгу рекордов Гиннеса как город, где уровень химического загрязнения выше, чем где-либо на планете.

Самое яркое воспоминание из детства

Еще до школы я первый раз влюбился в девочку из детского садика. Чтобы заслужить ее знак внимания, я залез на дерево во дворе и сорвался вниз. Но было совсем не больно... Мне показалось даже, что я спускался на крыльях. Зато потом я выпросил у родителей банку сгущенки, и мы с ней сделали трубочки из соломы и пили коктейль. А чтобы подольше быть вместе, мы постоянно подливали воды из-под крана.

Жизненные принципы

Середина, половина — для меня это непонятные слова. Они имеют такой же неопределенный смысл как «полумать», «полуотец» или «полулюбить».

Всегда в любом деле привык работать с полной самоотдачей и доводить дело до конца, до получения результата. Отрицательный результат для меня — это тоже результат. Ещё не терплю ложь, обман и предательство. Дружбу и человеческие отношения никогда не променяю ни на какие деньги.

Известные люди, которые оказали наибольшее влияние

Только те, с которыми я был знаком или общаюсь сейчас. Это не просто известные во многих кругах люди, они для меня — Великие Личности. Борис Михайлович Кабанов — он заложил во мне основы жизненных принципов. Александр Абрамович Жуховицкий, Борис Самуилович Бокштейн, Михаил Васильевич Астахов — они дали мне знания и научили совершать правильные поступки. Космонавт Борис Валентинович Волинов — он научил меня искусству самообладания в любых экстренных ситуациях. Любимый писатель — Владимир Викторович Орлов — его романы позволяют понять истинные человеческие ценности. Миша Турецкий — разве могут не оказывать влияние выступления его гениального хора?

Наиболее посещаемые интернет-порталы

Я не очень люблю интернет, хотя понимаю его полезность и необходимость. Тем не менее, новости читаю на utro.ru, фильмы смотрю на intv.ru, финансовую ситуацию отслеживаю на nva.ru и на micex.ru.

Любимые бренды

Когда открылся первый ресторан Mc Donalds на Пушкинской площади, я больше суток отстоял в очереди, чтобы проглотить булку с котлеткой. Фантастический бренд. Из авто предпочитаю Volkswagen, обувь — Ессо, чемоданы — Rimowa.

Хобби

Очень люблю играть на фортепиано и гитаре. Не подумайте, что играю хорошо, просто для души. Очень люблю походы на байдарке. А еще могу целыми ночами наблюдать за звёздами или рассматривать луну. Но не в телескоп, а в бинокль на штативе. Из спорта предпочитаю баскетбол.

Любимый способ времяпрепровождения в выходные и праздники

Очень люблю ходить в театры, обожаю вечера классической музыки. Истинное удовольствие получаю от музыки Моцарта, Россини, Баха, Брукнера, готов по несколько раз слушать галоп Штрауса.

И, конечно же, дети и семья — к сожалению, в рабочие дни не удается уделять им достаточного внимания. В выходные, когда есть возможность, сходить с дочкой в музей кукол или с сыном в музей танков — святое дело.

Да, чуть не забыл! По воскресеньям обязательно хожу в Русскую баню. И обязательно с березовым веничком.

Что привело Вас в рекламный бизнес?

Я по специальности физхимик, планировал посвятить свою жизнь науке, исследованиям в области синтеза синтетических алмазов. Но перестройка круто изменила ход событий в нашей стране. Мы, молодые специалисты, оказались никому не нужны в начале 1990-х. И пришлось искать способы выживания в те нелегкие времена. Навещая родителей в Дзержинске, я обратил внимание, что около ворот одного из гаража забуксовала машина, и водителю бросают под колеса листы органического стекла. Я сразу понял, что такой продукции можно найти более разумное применение, по крайней мере, в Москве. И взял тогда, в 1992-м году, свой первый кредит в банке под 600% годовых и отработал его за пару месяцев. Дальше было 16 лет упорной работы по развитию направления, связанного с новыми материалами для изготовления рекламы, и т. д. И сейчас эта работа продолжается. Только уже совсем на другом уровне.

В чем уникальность Вашей компании?

Многие продукты, которые мы продаем, — сами по себе уникальны. У нас достаточно узкая спецификация (только листовые пластики). Наш холдинг сегодня объединяет и огромное количество производителей пластиков, и продавцов данных материалов не только в России, но и уже далеко за ее пределами. Кто может поставить, к примеру, лист оргстекла размером 3 x 8 метров и толщиной 250 мм? А мы можем и больше. И не нужно ломать потребителю голову как его привезти. Мы уже все продумали. Мы не просто изучаем рынок материалов, на котором мы работаем — мы в нем живем. А главное, мы не продаем просто продукт — мы предоставляем комплексное обслуживание по поставке того или иного продукта, которое включает в себя техническое сопровождение сделки, помощь в выборе необходимого продукта, профессиональный раскрой материала, обеспечение всеми необходимыми вспомогательными аксессуарами. Вторая уникальность нашей компании заключается в ее коллективе. У нас не просто профессиональный коллектив, который может справиться с любой поставленной перед ним задачей, у нас сплоченная и дружная семья. И мы сами выращиваем для себя кадры.

Что нравится и что не нравится в современной России?

Я обожаю Россию и российский народ. У нас огромный экономический потенциал. У нас лучшие кадры в мире. У нас самый сильный научный потенциал. Я уверен, что кризисы, которые периодически происходят и в экономике, и в финансовой сфере, в конечном итоге идут на благо развития России. После каждого кризиса экономика переходит на новую качественную ступень развития.

Я ненавижу коррупцию, бюрократию и взяточничество. Мне не нравится, что в стране с самыми богатыми в мире природными ресурсами предприятию практически невозможно подключиться к системам электроснабжения, получить цивилизованными методами лимиты на газ. Мне обидно, что мы первые покорили космос, а в Турцию летаем на иностранных самолетах. И еще не нравится, что в моем родном Дзержинске смертность превышает рождаемость на 200 %.

Почему Вы размещаете рекламу в журнале «НАРУЖКА»?

Эффективно, экономично, быстро. Приятно работать с профессионалами и общаться с приятными людьми. Спасибо тебе, «НАРУЖКА»!





Качество, проверенное временем

Среди материалов, используемых сайнмейкерами в производстве вывесок, наружной и интерьерной рекламы, порой встречаются поистине легендарные бренды. Настоящей легендой является и торговая марка PLEXIGLAS®, которая уже несколько десятилетий назад вошла в языки мира как синоним понятию «акриловое стекло», а в настоящее время ассоциируется прежде всего с безупречным качеством, надежностью и функциональностью: владелец бренда, компания Evonik Röhm, гарантирует стойкость к выцветанию и пожелтению акрила PLEXIGLAS® при эксплуатации вне помещений в течение 30 лет. О том, как появился этот бренд на свет и как завоевывал он свою популярность в последующие десятилетия, — наш рассказ.

Еще в 1901 году дипломированный фармацевт Отто Рём защитил диссертацию на тему «Полимеризация акриловой кислоты». Однако в то время он еще не представлял себе, как применить на практике теоретические результаты своих научных исследований. Для продолжения работ и создания готового продукта ученому требовались деньги. Начальный капитал ему удалось заработать на производстве ферментов для дубления кожи в компании Rohm & Haas, созданной им совместно со своим компаньоном Отто Хаасом в городе Эслингене и затем перенесенной в Дармштадт.

Талантливому химику понадобилось более 20 лет опытов, чтобы создать первый продукт акриловой химии, предшественника знаменитого плексигласа. С конца 1920-х годов Рём экспериментирует в своей лаборатории с акриловой кислотой, а также со схожей с ней по химическому составу метилметакриловой кислотой. Сначала он пытается создать прозрачную резину, затем работает над производством уплотнительной замазки.

В ходе одного из опытов в 1927 году Рём заливает пробу с акриловой кислотой в полость между двумя силикатными стеклами. Затвердевший полимер прочно соединил их — и химик получил первое в мире безопасное многослойное стекло, назвав новый продукт Luglas.

Когда же исследователь захотел таким же образом полимеризовать ближайшего родственника акрилатов — метилметакрилат, то полученный прочный, твердый и прозрачный материал без труда отделился от стекол. Легенда рассказывает, что озадаченный подобными метаморфозами пластиков Рём произнес фразу, которая дала имя новому продукту: «Ich bin perplex!» («Я удивлен!»). Так родился бренд Plexiglas.

В 1933 году торговая марка PLEXIGLAS® была запатентована, и этот удивительный материал начал свое путешествие во времени и пространстве, находя все новые области применения. За прошедшие семьдесят лет товарный знак PLEXIGLAS®





вошел в число наиболее известных наименований товаров, став синонимом понятия «органическое стекло», а компания Evonik Röhm по-прежнему является одним из ведущих производителей полиметилметакрилатов и метилметакрилатов.

Первые пластины из органического стекла были размером в стандартный лист бумаги. Сегодня самая крупная пластина из оргстекла достигает размеров 6 x 6 м и имеет толщину 270 мм.

Новинка быстро завоевала признание пионеров автомобильной промышленности: способные приобретать любую форму акриловые стекла, превосходящие по прочности и прозрачности традиционные силикатные аналоги, оптимально подошли для остекления первых немецких омнибусов с обтекаемым кузовом. В 1940 году было уже выпущено 1750 тонн полиметилметакрилата, который оказался незаменим в авиастроении и автомобилестроении. И сегодня смотровые окна и фонари самолетных и вертолетных кабин изготавливаются из этого полимера.

Фирма Röhm & Haas освоила выпуск изделий повседневного спроса из акрилового стекла: домохозяйки были в восторге от изящных предметов посуды, у школьников появились прозрачные линейки, модницы с удовольствием примеряли необычные украшения. На всемирной выставке в 1937 году в Париже золотую медаль получила скрипка из плексигласа. В саду берлинского отеля «Эдем» играл квартет, все инструменты которого были выполнены из PLEXIGLAS®.

Универсальный материал быстро распространялся в самых различных сферах, а фирма «Röhm & Haas» продолжала расширять ассортимент своей продукции и модифицировать характеристики оргстекла.

Несмотря на почтенный возраст, сегодня PLEXIGLAS® находит применение во многих современных областях промышленности, например, в оптоэлектронике. Из полиметилметакрилата марки PLEXIGLAS® изготавливаются светорассеиватели в устройствах задней подсветки мониторов, ЖК-дисплеев, проекционных экранов и светящихся рекламных панелей.

Компания Evonik Röhm — один мировых лидеров в производстве акрилатов. На заводах, расположенных во многих странах мира, компания выпускает литьевое, блочное акриловое стекло, матовые, блестящие, структурированные, сотовые, гофрированные панели, трубы, стержни, пленки. Для обработ-

Почему PLEXIGLAS® компании Röhm в Америке называется ACRYLITE®?

За истекшие семьдесят лет товарный знак PLEXIGLAS® вошел в число наиболее известных наименований товаров. Под этим названием компания Röhm продает во всем мире акриловое стекло — за исключением Северной и Южной Америки, где продукт продается под товарным знаком ACRYLITE®. Для того, чтобы выяснить причину этого, обратимся к истории. После регистрации товарного знака PLEXIGLAS® в 1933 году его продажей в Европе занималась гармиштагская фирма Röhm & Haas. По грубую сторону Атлантического океана, в Филадельфию, второй основатель немецкой фирмы Отто Хаас, фамилия которого также фигурировала в ее названии, основал дочернюю компанию Röhm and Haas Company. Она занималась производством и сбытом продукта PLEXIGLAS® в Америке.

В результате Второй Мировой войны тесные экономические связи между обеими компаниями были разорваны. С этого времени они начали существовать раздельно, однако и та и другая занималась выпуском и сбытом акрилового стекла с товарным знаком PLEXIGLAS®.

Разделение сфер деятельности на практике было зафиксировано в договоре: фирма Röhm and Haas Philadelphia получила право продавать свои продукты на американском континенте с маркой PLEXIGLAS®. В остальном мире они носили торговый знак OROGLAS®.

Во всех регионах, кроме Северной и Южной Америки, продукты гармиштагской компании Röhm & Haas носили торговый знак PLEXIGLAS®, а в странах Центральной и Южной Америки, в США, Канаде и островах вдоль американского побережья покупатели приобретали ее продукцию под названием ROHAGLAS®.

При всех различиях обе компании сохранили единый подход к названиям, придуманным их основателями. Так, часть названий «Оро» была сокращением имени «Отто Ром», а слово «Роха» — сокращением названия Röhm & Haas.

В 1976 г. была основана американская 50-процентная «дочка» Cyro Industries, продававшая продукты с маркой ACRYLITE®. Использовать товарный знак PLEXIGLAS® для акриловых продуктов компании Röhm GmbH & Co. KG ей было запрещено. Однако и с маркой ACRYLITE® фирма смогла завоевать лидирующую позицию на рынке.

В 1990-х годах и в начале нынешнего тысячелетия обе компании претерпели существенные структурные изменения: фирма Röhm GmbH & Co. KG из Дармиштагта вошла в состав компании «Degussa AG», а фирма Röhm and Haas Company из Филадельфии продала свое подразделение по выпуску акрилового стекла французскому концерну «Total». Тем не менее, правовой статус торговых марок остался прежним.

В то же время, ситуация на рынке усложнилась, поскольку с начала 1990-х годов оба производителя действуют глобально. С описанием их услуг и продуктов можно ознакомиться в Интернете, однако ни одна из фирм не имеет права использовать свой товарный знак во всем мире. Об общем названии марки продукта можно было бы еще как-нибудь договориться. Сложнее обстоит дело с названием производственного подразделения. Бланки для писем, подписи писем в электронной почте и визитные карточки могут использоваться компаниями только в своей части планеты. Поэтому после полного присоединения американской фирмы Cyro Industries к компании Degussa летом 2006 года бывшее подразделение по выпуску продуктов марки PLEXIGLAS® решило изменить свое название. Сегодня оно действует во всем мире под именем Acrylic Sheet. Однако оба товарных знака сохранились: PLEXIGLAS® для продуктов из акрилового стекла, продаваемых в Европе, Азии, Африке и Австралии, и ACRYLITE® для соответствующих продуктов на американском континенте.





ки акрилового стекла производятся различные вспомогательные средства: клеи, красители.

Из гранул PLEXIGLAS® изготавливаются задние фонари автомобилей практически всех ведущих мировых производителей. Из формовочных масс отливают и непрозрачные детали автомобилей: спойлеры на крышах кабин или багажников, элементы крыши и люки.

Одна из недавних новинок, предложенных специалистами нашей компании — специальная формовочная масса Plexiglas CoolTouch, отражающая солнечные лучи и препятствующая нагреванию предметов. Изделия из пластика, окрашенного в темные цвета, например, оконные рамы, нагреваясь на солнце, деформируются, в результате чего снижается срок их эксплуатации. Защитное покрытие из нового материала снижает степень нагрева до 15% для пластиков черного цвета и до 20% — для пластмасс, окрашенных в оттенки коричневого. Слой из этой формовочной массы делает более привлекательными и

устойчивыми к повреждениям поверхности АБС-пластиков, ПВХ, поликарбоната.

PLEXIGLAS® используется в мебельной индустрии для кухонных фасадов, столешниц, ванн, раковин для ванных комнат и кухонь, бассейнов, душевых и паровых кабин.

Этот материал уже давно стал любимым у профессионалов рекламной, светотехнической и строительной индустрии. Его прочностные и светотехнические характеристики и широкая световая гамма позволяют воплощать самые смелые дизайнерские идеи.

Блоки PLEXIGLAS® — великолепный материал для больших аквариумов. В октябре 2004 года для океанариума на острове Барбадос был изготовлен крупный цельный блок из PLEXIGLAS® толщиной 15 см, размером 6 x 3 м и весом 3,2 тонны. Четырехтонные сегменты из PLEXIGLAS® использовались для строительства крупнейшего в Европе аквариума — тоннеля в Гельзенкирхене.

Высокая свето- и УФ-проницаемость, теплоизоляционные свойства и прочность PLEXIGLAS® сделали его популярным материалом для остекления теплиц. В покрытых PLEXIGLAS® парниках голландские цветоводы выращивают даже капризные орхидеи.

Международные концерны используют во всех уголках планеты световую рекламу со стандартным неизменным цветом и качеством, и размещают свои продукты на выставочных стендах, изготовленных из акрилового стекла марки PLEXIGLAS®.

Шумозащитные экраны для автомагистралей PLEXIGLAS® SOUNDSTOP позволяют снизить шумовую нагрузку и светотражение, не нарушая пейзажа. В 2004 году шумозащитная стена длиной 3 километра была установлена на центральной магистрали Гонконг — Маоншань, при этом на некоторых участках дороги над полотном дополнительно была установлена крыша, обеспечивающая шумоизоляцию в вертикальном направлении. Это самый крупный реализованный специальный проект с использованием PLEXIGLAS® SOUNDSTOP.

На автомагистралях Москвы, Санкт-Петербурга, Сочи и других российских городов уже несколько лет успешно применяются шумозащитные барьеры из PLEXIGLAS®.





Помимо защиты от шума на автомагистралях, экраны из ПММА позволяют снизить воздействие бокового ветра на скоростных трассах, расположенных на мостах, насыпях. На самом высоком в мире транспортном мосту виадуке Мийо во Франции для защиты от сильного бокового ветра в 2004 году установлены панели PLEXIGLAS® с полиамидными нитями. Низкая масса этого материала не оказывает нагрузку на мост, а сеть из полиамидных нитей, пронизывающих акриловые листы, удерживает разлетающиеся при авариях осколки.

С 2004 года листовый акрил PLEXIGLAS® XT выпускается и в нашей стране. ООО «ДЕСТЕК», расположенное в подмосковном городе Подольске, имеет производственные мощности, позволяющие получать до 5,5 тыс. тонн листового акрила в год. Выпуск листов PLEXIGLAS® XT в Подмосковье соответствует всем требованиям и стандартам компании Evonik Industries и полностью автоматизирован.

В настоящее время семейство разработок PLEXIGLAS® компании Evonik Röhm включает свыше 50 наименований, объединенных в различные серии продуктов, начиная с листового и блочного ПММА и заканчивая акриловыми трубками и стержнями. Один только экструзионный листовый акрил PLEXIGLAS® XT представлен в 30 различных стандартных цветах, а литьевой акрил PLEXIGLAS® GS — и того более: в 50 расцветках. Столь широкие возможности выбора для производителей рекламы позволяют подбирать акрил с расцветкой, соответствующей корпоративным стандартам сетевых заказчиков, включая владельцев сетей супермаркетов, салонов сотовой связи, предприятий быстрого обслуживания и автозаправочных станций.

Сегодня бренд PLEXIGLAS® принадлежит немецкому промышленному концерну Evonik Industries. В 2008 году оборот концерна составил 15,9 млрд евро, а оперативная прибыль EBITDA — около 2,2 млрд евро. Деятельность Evonik Industries охватывает более 100 стран мира, при этом 60% прибыли обеспечивается работой за пределами Германии. Важнейшими принципами для Evonik Industries, как и в свое время для компании Röhm & Haas, являются постоянное совершенствование, творческий инновационный подход и обеспечение качества и надежности своей продукции.

История становления бренда PLEXIGLAS®

1901 — Немецкий химик Отто Рём защищает диссертацию на тему «Полимеризация акриловой кислоты», которая заложила основу современной акриловой химии.

1907 — Отто Рём и его компаньон, Отто Хаас, основывают фирму Röhm & Haas.

1911 — Компания приступает к исследованиям в области акриловой химии.

1928 — В лаборатории предприятия синтезирован метилметакрилат.

1933 — В ходе опытов получен полимер метилметакрилата — твердый, прочный и прозрачный пластик, зарегистрированный под торговой маркой PLEXIGLAS®.

1934 — Листовой ПММА находит применение в таких областях, как стекла для защитных очков, стекла для часов и других механизмов.

1935 — Освоено производство листов PLEXIGLAS® GS большого формата. Разработан способ получения гранул, из которых спустя некоторое время акрил PLEXIGLAS® стали производить и методом экструзии.

1936 — Листовой акрил PLEXIGLAS® научились обрабатывать: сначала формовать, а затем — резать. Благодаря этому материал стал применяться в остеклении автобусов и самолетов. Из обрезков материала начали изготавливать кухонные приборы: ножи для масла и разделочные доски.

1937 — Компания Röhm & Haas получает гран-при и золотую медаль на всемирной выставке в Париже за прозрачную скрипку, изготовленную из PLEXIGLAS®.

1940 — Годовой объем производства PLEXIGLAS® составил 17850 тонн — вдове больше, чем в 1939 году.

1950 — PLEXIGLAS® начинает применяться в оформлении витрин, в изготовлении защитных экранов, козырьков станков и бесшумных трубопроводов.

1952 — Компания Röhm приступила к производству гофрированных листов и труб из акрила.

1955 — Запуск производства мономера в Вормсе позволяет обеспечить бесперебойную поставку сырья на заводы компании.

1956 — Запущено серийное производство акриловых листов PLEXIGLAS® XT методом экструзии.

1965 — Компании удалось получить экструзионный листовый акрил шириной до 2 м.

1969 — На заводе в городе Вайтерштагт открыт производственный цех с 18 экструдерами.

1970 — Заводы Röhm поставляют 75 тыс. кв. м листового акрила PLEXIGLAS® GS для остекления крыши олимпийского стадиона в Мюнхене.

1971 — Появление сотовых листов PLEXIGLAS®

1991 — Расширение мощностей завода в Вайтерштагте.

1995 — Запуск новой полностью автоматизированной линии по производству литьевого акрилового стекла PLEXIGLAS® GS.

1996 — Вывод на рынок ударопрочных разновидностей PLEXIGLAS®, листов с различными поверхностями, оттенками и свойствами.

1999 — Слияние компаний Degussa и Huls, объединение их производственных мощностей по выпуску различных видов акрилового стекла в Германии, Австрии и Португалии.

2001 — Появление PLEXIGLAS SATINICE®. Акриловые листы с сатирированной поверхностью быстро завоевывают популярность среди дизайнеров и архитекторов.

2004 — Открытие производства листового акрила PLEXIGLAS® в России.

2007 — Независимые экспертные институты официально подтверждают, что PLEXIGLAS® обладает исключительной устойчивостью к атмосферному воздействию и ультрафиолету. Производитель дает 30-летнюю гарантию на то, что PLEXIGLAS® не пожелтеет.





Революция на рынке печати: присоединяйтесь!

В июле международная федерация национальных ассоциаций печатников FESPA обнародовала «Революционный манифест». В своем обращении федерация призывает предпринимателей и специалистов, работающих на рынке производства коммерческой графики и полиграфии, взглянуть на бизнес иначе и начать изменять к лучшему ситуацию, сложившуюся в индустрии в последние месяцы. Тезисы, изложенные в «Революционном манифесте», — несомненно, достойная пища для размышлений...

Печать и революция исторически тесно переплетены. Запуск печатной машины Гуттенбергом на франкфуртской выставке-ярмарке в середине XV века придал энергии протестантской реформации. Затем печать была взята на вооружение бесчисленным множеством других революций на протяжении истории.

Печатная машина внесла фундаментальные и радикальные изменения в то, как мы общаемся посредством распространения печатного слова в глобальном масштабе.

Нынешняя сила перемен столь же мощна. Инструменты и приемы могут быть другими, что стало возможным благодаря грандиозным достижениям в технологии, но значение — то же.

Это фундаментальное, бесконечное преобразование. Экономическая власть ускользает из-под контроля развитых государств, при этом власть потребителей продолжает расти, а традиционные способы покупки и продажи видоизменились раз и навсегда.

Примите участие в революции! Как и большинство переворотов, она вызвана экономическим давлением, заставляющим выпускать больше ценностей за меньшие деньги. Революция влечет за собой перемены, и в данном случае — перемены колоссального масштаба. Печать и рынки, где она используется, должны отреагировать.

Но революция вначале должна произойти в наших мыслях, а потом уже — в наших действиях.

Печать — это уже не просто хорошее качество готового изделия. Нам нужны равные права с нашими клиентами и равенство с другими медиа, которые соперничают друг с другом за кусок рыночного пирога.

Как и в случае с другими революциями, нынешняя революция дает шанс тем, кто посвятил себя делу, уверен в своих способностях и ценностях и может отчетливо представлять себе будущее. Упадочное настроение на рынке предоставляет нам потрясающую возможность напомнить рынку, снова убедить и вдохновить его необычайной силой креативной, высокоэффективной печати.

Печать безопасна, надежна и проверена. Она выиграла оттого, что стала легко приспособляемой к нуждам клиента и креативно более функциональной благодаря изобре-



нию цифровой струйной технологии нанесения изображений. Широкоформатная печать имеет будущее и охватывает мировой рынок графики стоимостью свыше 58 млрд евро.

Но процветать могут только те, кто легко приспосабливается к переменам. Преобразования должны проистекать из сердца нашего сообщества, в сознании печатающих компаний, которые должны повысить свою ценность и революционизировать свои бизнес-модели и отношения с заказчиками.

Революционный бизнес знает: ему действительно предстоит измениться, в обратном случае он обречен на гибель.

Точно так же, как динозавры вымерли из-за перемен в окружающем их климате, традиционный печатник «старого стиля» будет бороться, чтобы получить горячее для своего выживания. И наше горячее — это деньги, наличные, прибыль и ценность нашего бизнеса для заказчиков.

Изменитесь сами, или вас изменят другие! Или, что еще хуже — сделают ваш бизнес ненужным и устаревшим.

Революционная ДНК

Личные качества, характеристики и модели бизнесменов-революционеров и революционного бизнеса просты, но они отличаются от тех, что распространены в традиционных печатных компаниях. Революционная ДНК чаще всего встречается у тех, кто переходит на цифровую технологию, потому что эти инди-

видуумы стремятся быть более знающими, более гибкими и способными двигаться в ногу со временем, а иногда — и вести время за собой.

Некоторые из традиционных способов ведения бизнеса очень хороши; некоторые из них мы должны сохранять и лелеять. Но есть несколько ключевых привычек и моделей поведения, которые должны измениться — и измениться быстро, чтобы обеспечить наше выживание.

Процесс печати

В дореволюционные времена напечатанный продукт оценивался только по своему внешнему виду и стойкости цвета и воспроизведения. Индивидуум, ответственный за печать, стремится владеть навыками и способностями в работе с машинами, в понимании нюансов готового изделия и в умении контролировать и управлять печатным процессом. Таким образом, традиционный печатник стремится сосредотачивать свое внимание на деталях, чтобы получать наилучший результат. В дореволюционные дни это означало, что заказчик доволен выполненным для него заказом. Отпечаток изготавливался согласно требуемому стандарту. Клиент был счастлив. Печатник был счастлив.

Такой подход хорошо служил печатной индустрии на протяжении веков. Качество воспроизведения важно и существенно. Тем не менее, сегодня такое поведение — это всего лишь необходимый минимум: оно ожидается и предполагается заказчиком. Это потому, что клиент изменился, как изменились и его ожидания. Качественная печать — это стандарт, из которого исходит клиент. Этот стандарт устанавливается рынком, и сегодня он очень высок.

«Хозяин» и «слуга»

Исторически сложилось так, что печать расценивалась как профессия «голубых воротничков». Система старого времени означала, что у клиентов печатающей компании был неизменно более высокий статус. Диалог заказчика и печатника был, таким образом, из рода отношений между «хозяином и слугой».

Печатник просто принимал заказы. Отношения были пассивными, и торговцам в этом бизнесе не нужно было совать нос в бизнес других людей и задавать не относящиеся к делу вопросы! Такая манера поведения была

свойственна печатной индустрии на протяжении сотен лет.

Но не теперь. Свершилась революция — в рядах клиентов, в различных медиа, в технологиях, во всем мире и бизнесе.

Процесс печати перестал быть столь существенен, как прежде, или, что более важно, столь же ценен. Технология начинает предоставлять новые опции заказчикам, и ожидания очень высоки. Печатник старого стиля, уверенный в том, что качество напечатанного изделия — это уже хорошо, становится ненужным.

Сейсмическое смещение

Усиление власти заказчиков документально подтверждено. Мы все населяем мир, где нам предлагается огромный выбор. Покупатели разрабатывают изделия, они провоцируют перемены, они могут оживить или убить продукт, розничного торговца или бренд, который они не считают значимым, хорошим или этичным.

Власть сместилась, и она чрезвычайно повлияла на то, как мы покупаем продукты, осуществляем заказы и продаем. Покупатель ожидает большего от покупки, которую он совершает. Клиентам необходимо, чтобы их рекламные кампании были незаурядными. Им нужна помощь в получении правильных результатов. Им требуется печать, которая обеспечивает высокое качество, и при этом является инновационной, поражает внимание и гарантирует отличные показатели рентабельности капиталовложений. При такой установке традиционный печатник способен делать то, что требуется, но он не достаточно инициативен и энергичен для того, чтобы вдохновлять покупателя на попытки попробовать что-нибудь новенькое.

Сегодня клиентам нужны новые идеи, вдохновение и изобретательность, которые помогли бы им в борьбе за выживание в изменившихся условиях ведения бизнеса. Им просто необходимо успешно конкурировать, и они очень высоко оценивают помощь своих поставщиков, которая позволяет им достичь успеха.

Но внимание традиционного печатника сосредоточено на процессе печати. Они сделают все, что захочет клиент, но они не способны вести себя на равном уровне с ним и вести своих заказчиков за собой с помощью новых идей. Они не думают, что они равны, поэтому они не способны вести себя, как равные. Традиционный печатник ждет инструкций и остается пассивным.

К сожалению, в новых условиях для бизнеса, ожидание инструкций — опасная игра. Современный печатник более настойчив, более интерактивен и более вовлечен в дела клиента. Печатники-революционеры тесно связаны со своими клиентами и понимают, что им нужно «продавливать» заказ, чтобы добиться успеха. «Продавливание» не означает продажу, превышающую возможности поставки; оно означает умение вдохновлять клиента. Пассивный печатник ждет, и затем заключает сделку. Современный печатник действует, взаимодействует и затем уже заключает сделку.

Традиционный печатник, который продает технологию саму по себе, делает колоссальную ошибку. Рекламодатель или заказчик покупает креативные решения, которые могут помочь им в решении их маркетинговых проблем.

Ценоориентированность

Печать не продавалась. Она покупалась. Следовательно, это означает, что цена была наиболее важным аспектом. Печать стала предметом потребления, и таким образом, предмет потребления можно искать и покупать повсеместно, в любое время у кого угодно. Взаимоотношения между покупателем и продавцом — слабы, дистанционны и недолговечны.

Печать широко распространена. Сегодня печатники способны производить больше, чем того требует спрос, и потребность в печати радикально изменилась. Цена становится единственным фактором, по которому действительно можно отличать одного печатника от другого, скорее всего, с весьма схожим оборудованием и техническими навыками. Современный заказчик услуг в области печати запросто прекратит взаимоотношения с печатником, который не предложит ему правильную цену, и предпочтет более выгодные условия, или, в самом деле, лучшего поставщика, который заинтересовал его и гарантирует повышение эффективности бизнеса клиента.

Цена — это опасная игра. Всегда найдется тот, кто предложит свои услуги или товар дешевле или же тот, кто готов пожертвовать деньгами, чтобы заключить сделку. Существует только один способ продолжать дело, если вы сфокусированы на цене, в особенности — в нынешние нестабильные времена, и это — понижение цены. На протяжении некоторого времени вы сможете существовать, но пока цена будет удовлетворять клиентов в краткосрочной перспективе, маржа будет сокращаться, и ваш бизнес, в конечном счете, умрет.

Дифференциация

Потрясающие достижения в цифровых технологиях позволяют нам делать вещи, которые прежде невозможно было даже представить. Они также позволяют опытным предпринимателям приступить к освоению новых направлений в бизнесе.

Более старый способ дифференциации путем цены и сроков исполнения заказа уже не работает. И все же дифференциация необходима, поскольку позволяет покупателю с легкостью определять подходящего поставщика в зависимости от его продукции, специалистов и сервиса.

Революционный поставщик услуг в области печати постоянно подвергает испытаниям и разрушает стереотипы в сознании своих клиентов, предлагая им новое, более глубокое понимание возможностей печати.

Изобретательность помогает дифференцироваться. Изобретательные компании и бренды имеют большую склонность к успеху. Это факт: некоторые из наиболее успешных и всемирно известных бизнесов постоянно изобретают.

Мир постоянно требует особого подхода в маркетинге, коммуникациях и информации. Это отражается в потреблении продуктов и товаров, в оформлении интерьеров, изготовлении мебели и одежды, в подготовке к праздникам. Современный изощренный потребитель хочет чувствовать себя по-особому и быть уникальным. Огромные достижения в струйной технологии позволяют печатникам декорировать и персонализировать товары на очень высоком качественном уровне, по достаточно низкой цене и очень быстро.

Сообща, а не разобщенно

Налаживание связей, обмен знаниями и вовлечение в активность на рынке через встречи, социальные сети, Интернет-сайты и другие способы связи с клиентской базой становятся для печатников «вторым я». Нет никакой нужды быть излишне скрытным. Современный печатник не верит, что печать — это черная магия, которую нельзя обсуждать ни с кем, а тем более с теми, кто может украсть его бизнес. Он осознает, что при общении с другими компаниями предоставляется шанс черпать новые идеи и вдохновение.

Различие между двумя компаниями, которые располагают схожими или одинаковыми технологиями, — люди, которые используют эту технологию. Их способность вести за собой клиента и решать его маркетинговые проблемы — фактор, определяющий получение или же потерю заказа. Способность современного печатника нанимать на работу и удерживать в штате хороших и талантливых, клиентоориентированных индивидуумов жизненно важна. Люди внутри компании и то, как они взаимодействуют с клиентами, производят материально ощутимые бизнес-результаты и влияют на итоги.

Сервис — это не просто своевременная доставка отпечатка хорошего качества. «Пройти лишнюю милю» теперь означает «Пройти лишнюю тысячу миль». Клиент постоянно находится в поиске возможностей для повышения эффективности своего бизнеса. По всей вероятности он не обратится к услугам совершенно новой компании, по крайней мере, со своими крупными заказами на печать. Но он будет искушен, если увидит конкурентное преимущество в работе с компанией, которая превосходит других в маркетинге и коммуникациях.

Сервис — это маркетинг. Это осязаемый аспект бренда. Это то, что у вас покупает клиент: вашу способность реагировать на его запросы, прислушиваться к его нуждам, делать то, что, по вашим словам, вы планировали сделать. Как часто вы вытаскиваете своих клиентов из неприятностей? Как часто вы делаете своим заказчикам одолжение? Как часто вы предоставляете им ревизию изготовления тиража, чтобы доказать им, что вы предлагаете им наилучшую цену на выполнение их заказа? Помещаете ли вы эти данные в электронную таблицу? Знаете ли вы, сколько берут за это ваши конкуренты?..

Вступайте в ряды революционеров!

Традиции изменились. Новое поколение клиентов, новая разновидность экономических испытаний и новый набор технологий сделали традиционные бизнес-модели устаревшими.

Традиционные печатники могут продолжать делать то же самое, что и прежде. Но они ограничивают эффективность своего бизнеса, свое состояние и свое будущее.

Революция не является «закрытым мероприятием» или акцией для избранных: принять в ней участие приглашается каждый. Поэтому будьте уверены в том, что вы войдете в ряды революционеров, пока еще не слишком поздно.

Маркус Тимсон, директор по маркетингу и продажам федерации FESPA





Производство вывесок с «Большой Буквы» — 2009

В этом году исполняется пять лет с начала работы проекта «Большая Буква» в нашей стране. В настоящее время данное направление, созданное внутри холдинга We R.SIGNS, функционирует как самостоятельная компания, которая специализируется на тиражном производстве объемных букв различного типа для использования в вывесках и рекламных установках. О том, как развивался проект все эти годы, и какими возможностями располагает «Большая Буква» сегодня, рассказывает Сергей Окованцев, директор по маркетингу холдинга We R.SIGNS.

Как родилась идея открыть в России серийное производство объемных букв для вывесок и рекламных установок?

Первые мысли о создании данного проекта внутри холдинга We R.Signs появились еще в 2002 году. При посещении зарубежных выставок мы неоднократно видели демонстрацию автоматизированного оборудования для изготовления корпусов объемных букв компании Computerized Cutters, Inc. (США). Идея о запуске производства вывесок на базе этих систем в нашей стране казалась интересной, и через полтора года было принято окончательное решение о начале работы в этом направлении. Мы произвели исследование рынка объемных букв в России, анализ цен на эти изделия и величины спроса и составили полноценный бизнес-план. После этого была подана заявка на покупку оборудования для нового проекта, что включало полный комплекс автоматизированных систем, начиная с машины, которая гнет боковины и заканчивая устройством для работы с трим-лентой (металлопластиковым профилем). На поиски помещения и набор персонала потребовалось еще полгода. Параллельно с решением этих задач мы занимались разработкой маркетинговой поддержки проекта, ценообразования и партнерской политики.

Уже тогда возникла мысль не ограничивать ассортимент «Большой буквы» только корпусными изделиями из алюминия, но и постепенно осваивать изготовление букв из нержавеющей стали, плоских пластиковых букв и знаков из пенопласта. В конце 2004 года на выставке «Реклама» состоялась официальная презентация проекта, где мы впервые показали три объемные буквы, изготовленные на станке ACCU-BEND. Среди российских производителей вывесок новая технология произвела настоящий фурор.

Перед запуском данного направления мы долго думали над названием, и остановились на варианте «Большая Буква», решив, что чем проще и очевиднее, тем лучше, затем разработали логотип и фирменный стиль. Бренд «Большая Буква» зарегистрирован в патентном бюро.

Три кита, на которых проект держался и держится до сих пор — низкая цена на изделия, минимальные сроки изготовления и максимально качественный сервис.

Чтобы сделать продукт дешевле, необходимо было наладить массовые объемы производства и поставок.



Для достижения оперативности требовалось проработать систему получения и выполнения заказа и решить целый ряд вопросов, начиная с организации работы персонала в несколько смен до упаковки готовой продукции и логистики. Как руководитель проекта я всегда приводил в пример организацию системы обслуживания в сети «Макдоналдс»: все абсолютно четко прописано, никто не совершает никаких лишних действий, каждый сотрудник знает, что делать, услышав определенное ключевое слово.

В первое время было нелегко убеждать наших клиентов в том, что им теперь не нужно изготавливать объемные буквы самостоятельно, поскольку выгоднее покупать готовые изделия у нас. И все же после ряда организационных изменений внутри холдинга We R.Signs, и после выделения «Большой Буквы» в самостоятельную структуру направле-

ние по серийному производству объемных букв заработало так, как и должно было работать.

Затем возникло желание развивать и расширять проект. В частности, решено было приступить к производству объемных букв из нержавеющей стали. Изначально нам необходимо было набираться и опыта, и знаний, и понимания технологии, а в этой области очень много нюансов... Со временем объемы заявок на изделия из нержавейки начали расти просто экспоненциально. Тогда уже мы приняли решение освоить этот сегмент своими силами: были закуплены станок для лазерной резки и сварочные аппараты, набраны в штат специалисты... В то время и ситуация на рынке складывалась очень благоприятно для нас, и приносила свои плоды наша агрессивная политика в продвижении и поддержке проекта. Замечу, что в благоприятные времена для рынка вывесок в России из 100% обращений клиентов в «Большую Букву» не менее 75% в итоге выражались в заказах и их выполнении.

Понятие «серийное производство» подразумевает изготовление однотипных товаров, пользующихся активным спросом, в больших количествах, вне зависимости от наличия заявок на их покупку со стороны конечных потребителей. Применимо ли это к работе проекта «Большая Буква»?

Все изделия мы изготавливаем только под заказ. В нашем понимании «серийное производство букв» означает то, что технология производства и качество изделий стандартизированы, а клиент получает готовую продукцию в течение четырех-восьми дней с момента подачи заявки. Для сайнмейкера это действительно очень короткие и, по сути, оптимальные сроки. Мы рассматривали идею производства комплектов готовых букв так, как это делает компания Gemini Inc. (США), которая изготавливает объемные знаки из пластика в особо крупных партиях и продает клиентам требуемые им наборы уже готовых изделий по очень низким ценам. Однако российский рынок к таким объемам производства совершенно не готов, даже с учетом заказов крупных сетевых клиентов.

Для нас серийность — это гарантия качества нашей продукции. «Большая Буква» применяет в своей работе только качественные и проверенные расходные материалы и комплектующие и соблюдает все нюансы технологии изготовления.

На каких клиентов изначально был рассчитан проект?

В первую очередь, конечно же, на рекламные агентства и производственные компании. Многие из тех, с кем начала работать «Большая Буква», и сегодня являются ее клиентами. Мы как раз и делали ставку на то, что однажды попробовав с нами работать, компания уже не захочет перестраиваться, поскольку это выгодно и очень удобно. Конечных заказчиков как основную группу клиентов мы не рассматривали. Вопросы размещения вывесок связаны и с монтажом, и с согласованиями, в которых сильны именно сайнмейкеры. При этом особой группой покупателей для нас являются строительные компании и девелоперские организации. У них, как правило, есть и средства спецтехники, и монтажники, и уже согласованные проекты вывесок. Что же касается конечных заказчиков, сегодня доля заявок, поступающих от них в «Большую Букву», не превышает 15% в общем объеме.

Какие из проектов, реализованных «Большой Буквой», были по-настоящему уникальными?

Практически у каждого заказа есть свои особенности. Многие технологические решения «Большой Букве» приходилось разрабатывать самостоятельно, например — изготовление вывески из объемных букв с лицевой поверхностью из пластика размерами 1,5 x 2 м каждая. При таких габаритах конструкция должна быть особо прочной, иначе пластик может лопнуть. К тому же, как известно, у полимеров есть линейное расширение, которое при подобных размерах может достигать нескольких сантиметров. В итоге мы использовали листовую пластик толщиной не 3 мм, а 5 мм, а трим-ленту — не 2,5 см шириной, а 5 см. Опять же, впервые нам требовалось и выполнить монтаж таких букв на стену, что вызвало бурные споры о вариантах крепления среди наших специалистов.

Одним из заказов «Большой Буквы», которым я горжусь, было изготовление вывески длиной 18 м и высотой 10 м для торгового центра «Муравей» в Ярославле. Конструкция должна была состоять из сварных букв с контурной неоновой подсветкой, изготовленных из алюминия толщиной 3 мм. Нам удалось выполнить этот заказ за три недели.

Опять же, необходимость уложиться в короткие сроки влечет за собой немало тонкостей. Очевидно, что у любого производства есть свой допустимый объем загрузки. Случается, что в «Большой Букве» одновременно выполняется до 20 заказов. Мы не можем доделать одну вывеску и приниматься за следующую: если ты возьмешься за крупный заказ, то срок выполнения мелких заявок может достичь четырех недель. Мы же укладываемся в четыре дня. В этой связи вспоминается огромное число заказов, которое поступило в «Большую Букву» от рекламно-производственных компаний из Казани накануне 1000-летия города. Поскольку к празднику все вывески уже должны были светиться разноцветными огнями на улицах столицы Татарстана, основная задача была — успеть, что мы и сделали.

Технологически интересным был заказ для здания суда, расположенного в центре Москвы. Примечательно, что проект был представлен заказчиком не в виде электронного макета, а в виде чертежей на миллиметровке. Для нас это была настоящая эпопея: снимать кальку, рисовать в дизайнерской программе, печатать, сравнивать... Согласно проекту, объемные буквы высотой 70 см следовало изготовить из нержавеющей стали с нитрид-титановым покрытием и после сборки — еще раз покрыть нитридом титана. Вывеску предстояло монтировать на гранитную стену с помощью штифтом диаметром 7 мм. При этом, поскольку нержавеющую сталь невозможно просверлить на месте, при несоответствии отверстий в стене и в задних стенках букв монтаж вывески выполнить просто невозможно. Поэтому сначала делались подложки, которые примерялись к стене, в которой уже стояли штифты, затем буквы сваривались, отправлялись на дополнительное напыление нитридом титана и только после этого — к месту монтажа.

Очень много проблем возникало с доставкой букв, в которых была установлена неоновая подсветка. Как бы аккуратно не осуществлялась транспортировка, заказчику нередко приходили изделия, в которых одна или две нитки неона были разбиты. Несмотря на то, что замену мы изготавливали в срочном порядке, в течение 24 часов, это влекло за собой ненужные сложности и лишние затраты. Тогда мы одними из первых на рынке начали продвигать светодиодные модули для подсветки объемных букв, с которыми, разумеется, проблемы боя не возникают. Как раз в это время холдинг We R.Signs запустил но-





вый проект по поставкам LED-светильников — ELF. Буквально за два года доля вывесок со светодиодной подсветкой, которые изготавливала «Большая Буква», с нуля выросла до 60-70%.

Каков механизм работы между заказчиком и «Большой Буквой»?

Одна из специфик нашего проекта — доступность для размещения заказа. Заявки принимаются через Интернет, что исключает какие-либо проблемы с разницей во времени между Москвой и регионами. Все виды коммуникаций, которые можно использовать, мы используем, что отлично работает и приветствуется клиентами.

Самый простой вариант сотрудничества с нами — прислать нам готовый файл, подготовленный в Corel Draw. Расчет вывески нашими менеджерами осуществляется, как правило, в течение трех часов, после чего и отправляется заказчику. При этом, если клиент четко не определился с технологией изготовления, ему могут быть предложены несколько вариантов: по высоте, по типу используемых материалов и по виду подсветки.

Заказчик также может прислать нам фотографию объекта, с учетом особенностей которого мы подготовим и предложим проект вывески.

Кроме того, на сайте проекта «Большая Буква» клиент может самостоятельно получить расчет вывески после того, как выберет шрифт и высоту букв, количество нитей неона или LED-модулей и цвет подсветки.

Часто мы практикуем и такой механизм работы с заказчиком, как изготовление бесплатного образца в виде одной буквы из вывески. Если клиент размещает после этого заказ у нас, производство этой буквы учитывается в конечной стоимости всего заказа, если же нет — буква возвращается к нам, и мы можем использовать ее для демонстрации другим компаниям, на выставках или на семинарах.

Предусмотрено ли изготовление столь популярных сегодня световых коробов?

Два года назад эта позиция появилась в нашем ассортименте. При этом, как правило, «Большая Буква» изготавливает нестандартные световые короба: с экстендерами, с открытым неонам, необычной формы и т. п.

Включен ли монтаж в ассортимент предлагаемых Вами услуг?

В данном случае обычно мы задействуем возможности сторонних компаний. У нас есть четыре партнера в Москве и множество дилеров в регионах.

В чем принципиальное отличие «Большой Буквы» от других отечественных рекламно-производственных компаний, которые в последние два-три года активно продвигают направление по производству и поставкам стандартных объемных букв другим российским сайнмейкерам?

Мы всегда стремились к тому, чтобы предлагать лучшие цены на объемные буквы. В частности, в настоящее время это удается за счет того, что у компаний «Большая Буква» и We R.Supply — поставщика светотехники — давние родственные отношения, благодаря чему для нас предусмотрены эксклюзивные расценки на светодиодные модули и неоновые комплектующие. Это позволяет нам выигрывать в тендерах. Как известно, стоимость подсветки может достигать 30% или даже 50% от стоимости изделия в целом.

Еще одна особенность «Большой Буквы» — открытость нашей партнерской политики. Мы отказались от системы эксклюзивных дилеров в регионах, поскольку считаем это не совсем корректным. Работать с нами на выгодных условиях имеет возможность любая рекламно-производственная компания. Примечательно, что в некоторых региональных центрах у нас работает по три-пять дилеров одновременно, и при этом их заказы, поступающие в «Большую Букву», никогда не пересекаются. Для новых партнеров предусмотрена скидка на нашу продукцию

в 25%, которая с ростом объема заказов может быть увеличена до 35%.

Как отразились на работе проекта экономические потрясения последних восьми месяцев?

Удар кризисной волны по рынку наружной рекламы в нашей стране «Большая Буква» ощутила очень сильно. В первые три месяца этого года наши объемы продаж были ниже планки рентабельности. Единственное, в чем нам действительно повезло, это то, что за годы работы у нас сформировалась клиентская база, в которой насчитывается несколько тысяч контактов. С другой стороны, за прошедшее время значительно увеличилась конкуренция. Несмотря на то, что объемы рынка вывесок в России уменьшились почти вдвое, количество продавцов сократилось не более, чем на 15%...

В настоящее время «Большая Буква» чувствует себя вполне уверенно: все расходы оптимизированы, год назад производство перевезено в подмосковный город Фрязино, где все циклы изготовления объемных букв налажены с учетом максимального удобства для персонала и максимальной оперативности.

Что отрадно заметить, менеджеры, которые начинали работать в проекте «Большая Буква», работают с нами до сих пор. Сегодня это специалисты с богатым опытом, которые знают все подводные камни в технологиях производства и в общении с клиентами.

Добавлю, что от понятия «кризис» внутри компании мы решили отказаться и просто жить и работать так, как мы этого хотим. Мы продолжаем изучать и отслеживать все появляющиеся технологии и разработки в области производства объемных букв, и готовы вводить новые позиции в ассортименте «Большой Буквы», если сочтем это целесообразным. Мы надеемся, что игорные зоны, которые должны были открыться в России в июле текущего года, будут работать, надеемся, что будут развиваться и глобальные инфраструктурные проекты, и курортные зоны.

Мы намерены продолжать обучение людей, общение с клиентами в ходе семинаров, конференций и презентаций, объяснять, зачем и почему владельцу бизнеса нужны качественные объемные буквы и правильно изготовленная вывеска. Ведь спрос на продукцию «Большой Буквы», к сожалению, вторичен: первоочередное значение имеет изменение ситуации в бизнесе и подходу к маркетингу у наших конечных клиентов: магазинов, аптек, торговых центров и других учреждений. Как только подавляющее большинство заказчиков окончательно придут к пониманию того, что любое здание, будь то супермаркет, склад или завод, должно иметь достойную вывеску, тогда и у «Большой Буквы» появится работа в достойных для нее объемах.

Компания «Смарт-Т» приступила к поставкам новой сублимационной бумаги JASPER плотностью 100 г/кв. м (производство — компания McCoulin Jasper Inc., Канада).

Началу поставок предшествовали длительные испытания. Согласно полученным результатам тестирования, материал пригоден для использования с различными типами сублимационных чернил (в том числе — с чернилами Huntsman Terasil STI) и струйных принтеров, включая такие современные модели, как Mimaki JV5 и Mimaki JV33. Так, при работе с бумагой JASPER обеспечивается отсутствие отмарки при печати с максимальной заливкой (до 400%) и пониженной температурой постпечатного нагрева принтера. Малая глубина коробления материала позволяет устанавливать стандартный для сублимационной печати зазор печатающей головки. После сублимационного переноса видимый след чернил на бумаге едва заметен. Кроме того, при переносе образцовых изображений длиной не менее 50 м с помощью каландра не было обнаружено каких-либо дефектов переноса. Бумага поставляется в рулонах шириной 132 см и 160 см.

Компания Bordeaux Digital PrintInk выпустила UV-отверждаемые чернила повышенной эластичности Plasma PISf.

Как заявляет компания-разработчик, новые красители демонстрируют способность к растяжению на 250%. Формула чернил Plasma PISf обеспечивает высокую адгезию при нанесении на полипропилен, полиэтилен, стекло и другие листовые материалы. Краски также можно использовать при печати на баннерной ткани повышенной плотности, самоклеящейся пленке.

Компания Hexis представила новую литую виниловую пленку VCSR100WG1 для оклейки кирпичных, бетонных или оштукатуренных стен.

Материал, который можно запечатывать с помощью сольвентных и экосольвентных чернил, оснащен клеевым слоем, обеспечивающим высокую силу сцепления с оклеиваемой неровной поверхностью. Пленку можно использовать вне помещений без защитного покрытия. Новинка поставляется в рулонах шириной 1,37 м и длиной 45 м.

Компания Printing Carpets, которая специализируется на поставке ковровых покрытий, предназначенных для запечатывания с помощью сублимационных и UV-отверждаемых чернил, представила новинку — материал Floor vinyl luxe.

Носитель, рассчитанный на использование в производстве напольной графики, имеет специальное покрытие, которое можно запечатывать исключительно с помощью широкоформатных цифровых UV-принтеров. Материал обладает долгим сроком службы и обеспечивает стойкость графики к внешним воздействиям даже при размещении в местах с плотным потоком пешеходов.

Компания Bob Mats выпустила новый носитель для печати — Street Print Foil.

Материал, который представляет собой пленку, предназначен для изготовления наружной рекламы и имеет поверхность с антискользящими свойствами. В отличие от некоторых других пленок для печати, Street Print Foil не требует защитного покрытия и может быть запечатан с по-

мощью как сольвентных, так и UV-отверждаемых чернил. Новинку можно размещать на асфальтовых, бетонных и каменных поверхностях. После истечения предполагаемого срока эксплуатации материал с легкостью удаляется с поверхности. Выпускается Street Print Foil в рулонах шириной 122 см и длиной 5, 10 или 47,5 м.

Компания «Гельветика-Т» приступила к поставкам декоративных металлических держателей для крепления панелей из стекла, пластика и других материалов, выпускаемых компанией «Гласс-Холдер» (Россия).

Это качественная, декоративная и функциональная фурнитура, созданная с применением передовых технологических разработок и жесткой системы контроля над качеством.

Теперь в ассортименте «Гельветики-Т» представлены держатели для крепления панелей непосредственно к поверхности стены, а также дистанционные держатели. Крепление возможно со сверлением отверстия в панели или без сверления (за кромку).

Держатели представлены в различных цветовых вариантах, включая «никель полированный», «никель матированный», «под золото» и другие.

Компания GOEX Corp. разработала серию полистироловых материалов STYREX, позиционируемых как привлекательная по цене альтернатива ПВХ.

Так, STYREX 490 Clear и STYREX 690 White — это, соответственно, прозрачные и белые листы для применения в различных сферах, рассчитанные на изготовление коммерческой графики и производство изделий, получаемых с помощью термовакуумного формования. Под заказ STYREX 490 изготавливается не только в бесцветном прозрачном варианте, но и в любом другом цвете. В свою очередь STYREX 720 — это высококачественный материал для формования сложных изделий.

Все три новинки пригодны к вторичному использованию, что делает их экологически безопасными.

Компания Sihl LLC анонсировала выпуск целого ряда новых носителей для цифровой струйной печати.

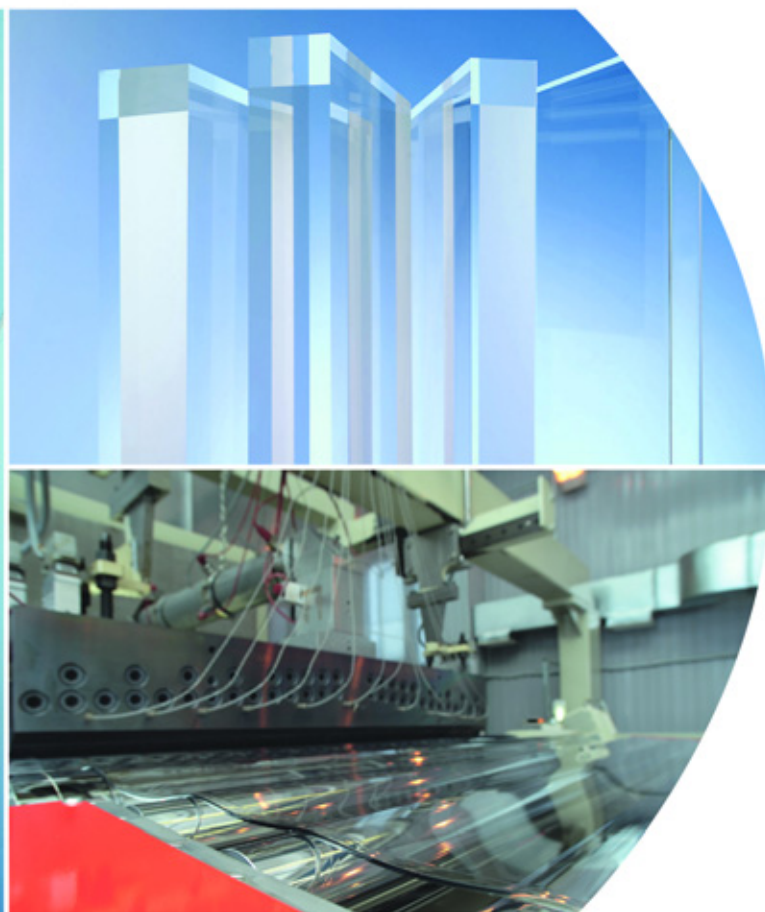
Это, в частности, серия прозрачных полиэстеровых пленок Vision для струйных принтеров, печатающих водными чернилами, которая рассчитана на изготовление витринной рекламы; белая полиэстеровая светоблокирующая пленка Sihl SuperDry Rollup для печати выставочной графики, фоторепродукций и производства P.O.S.-материалов, которая выпускается в двух вариантах: толщиной 7 и 10 мил; белая полиэстеровая пленка Sihl SuperDry толщиной 5 мил с глянцевой поверхностью, предназначенная для изготовления рекламы на местах продаж и оснащенная микропористым покрытием для струйной печати, способствующим производительности при печати, а также увеличивающим долговечность графики; глянцевая непрозрачная белая пленка Sihl Classic толщиной 4 мила, рассчитанная на запечатывание в термоструйных принтерах; а также две пленки для использования в наружной рекламе и вывесках с внутренней подсветкой: Sihl Outdoor Backlit Film с матовой поверхностью и Sihl SuperDry Light Box с сатирированной поверхностью и микропористым покрытием, которое обеспечивает расширенный цветовой охват и насыщенный черный цвет при запечатывании пигментами водными чернилами.



PLEXIGLAS®

Производство прозрачного,
белого и цветного акрилового
(органического) стекла

для наружной
и световой рекламы,
интерьера, строительства
и промышленности



ДЕСТЕК : PLEXIGLAS® в России

ДИЛЕРЫ И ТОРГОВЫЕ ПАРТНЕРЫ ООО «ДЕСТЕК» ПО РЕАЛИЗАЦИИ ОРГАНИЧЕСКОГО СТЕКЛА :

Дилеры

ОРГСТЕКЛО (Москва)

тел./факс: (495) 725-08-67, 725-33-38
e-mail: info@orgsteklo.ru
www.orgsteklo.ru

ОРГСТЕКЛО (Санкт-Петербург)

тел.: (812) 224-95-42, 528-50-86, 528-62-36
e-mail: piter@orgsteklo.ru

ОРГСТЕКЛО (Беларусь, Минск)

тел./факс: +375 17 208-85-77, 251-44-88, 208-85-88
e-mail: info@orgsteklo.by www.orgsteklo.by

ОРГСТЕКЛО (Украина, Киев)

тел./факс: +38 044 495-3207, 495-3208,
e-mail: info@orgsteklo.in.ua
www.orgsteklo.in.ua

ООО «РЕМЭКС»

(Москва, Преображенская наб. корпус 17)
тел. (495) 737-48-68; факс: (495) 748-38-41
www.remex.ru; rm@remex.ru

ООО «ТК РЕМЭКС» (Москва, ул. Добролюбова д. 1)

тел. (495) 363-35-36; факс: (495) 363-35-31
www.remex.ru; td@remex.ru

ООО «РЕМЭКС-МКАД» (Московская обл., г. Реутов, ул. Фабричная, д. 8 вл. В)

www.remex.ru

ХИМСЫРЬЕ (Москва)

тел. (495) 925-8849 (многокан.), факс (495) 995-2293
e-mail: post@hims.ru

ЦЕНТР ПОЛИМЕРОВ «Север» (Москва)

ЦЕНТР ПОЛИМЕРОВ «Юг» (Москва)

тел.: (495) 956-6666, 956-8232, факс: (495) 956-3509
ср@polymercentre.ru, www.polymercentre.ru,
www.plastic.ru

ЦЕНТР ПОЛИМЕРОВ - УРАЛ (Уфа)

тел./факс: (3472) 28-86-75, 28-86-77, 28-86-79,
доб. 29, 32, 34
срural@yandex.ru

ЦЕНТР ПОЛИМЕРОВ - ЮГ (Пятигорск)

тел./факс: (928) 350-50-26, 350-50-32,
срjug@yandex.ru

Торговые партнеры

ГРУППА КОМПАНИЙ Sign Alliance

ЗАО «Форда», Санкт-Петербург,

тел. (812) 380-85-55 info@forda.ru, www.forda.ru

ООО «ВМТ-Столица», Москва

тел.: (495) 925-76-07 web@wmts.ru, www.wmts.ru

ООО «Профас», Иркутск

тел.: (3952) 20-75-78 zakaz@wmt.irkr.ru,
www.wmt.irkr.ru

ВМТ-Москва: (Москва)

(495) 981-4963, (495) 981-4966, (495) 981-4967
info@wmt.ru

ВМТ-Санкт-Петербург

(812) 318 0986, 318 0987, 938 6486

ВМТ-Пермь

(342) 260 9249, 260 9254

wmt@perm.ru

www.wmt.permonline.ru

ВМТ-Ростов

(863) 295-51-03, 295-51-09, 295-51-10, 300-75-58,
300-75-59, 300-75-60, 300-75-61, 300-75-62,
300-75-63

wmtr@wmt-ru, www.wmt-ru

ВМТ-Волгоград

8442) 23-32-44, 23-87-33, 23-43-64

wmt-volgograd@rlan.ru, www.wmt-volgograd.ru

ВМТ-Краснодар

(861) 274-76-92, 251-14-38

wmt@wmt-krasnodar.ru, www.wmt-krasnodar.ru

ВМТ-Пятигорск

(8793) 32-03-87, 32-88-96

wmt-pytigorsk@mail.ru

ВМТ-Самара

(846) 268-95-59, 268-95-61, 270-57-64

info@wmt-samara.ru, www.wmt-samara.ru

ВМТ-Уфа

(3472) 77-92-00

wmtufa@mail.ru, www.wmtufa.ru

ВМТ-Урал

(351) 239 9246

info@wmt-ural.ru, www.wmt-ural.ru

Компания «ЗЕНОН Рекламные Поставки»

ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ОФИС:

тел./факс: (495) 788-П-33 (многокан.), 925-05-06

www.zenonline.ru; e-mail: sales@zenonline.ru

www.sheets.ru; e-mail: sales@sheets.ru

ВЛАДИВОСТОК: (4232) 43-77-44;

E-mail: vlad@zenonline.ru

ВОЛГОГРАД: (8442) 95-71-71;

E-mail: vgrad@zenonline.ru

ЕКАТЕРИНБУРГ: (343) 344-344-7;

E-mail: eburg@zenonline.ru

КАЗАНЬ: (843) 2-789-789;

E-mail: kazan@zenonline.ru

КРАСНОДАР: (861) 262-43-43/44-44;

E-mail: kdar@zenonline.ru

НИЖНИЙ НОВГОРОД: (831) 278-68-68;

E-mail: nnov@zenonline.ru

НОВОСИБИРСК: (383) 267-77-13;

E-mail: nsk@zenonline.ru

РОСТОВ-НА-ДОНУ: (863) 295-45-55;

E-mail: rost@zenonline.ru

САМАРА: (846) 269-39-60/61/62;

E-mail: sama@zenonline.ru

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ: (812) 622-02-02;

E-mail: spb@zenonline.ru

УФА: (347) 2-481-481; E-mail: ufa@zenonline.ru

ЧЕБОКСАРЫ: (8352) 45-45-46;

E-mail: chbox@zenonline.ru

ЧЕЛЯБИНСК: (351) 774-56-59;

E-mail: chel@zenonline.ru

KÖMAPLUS по цене от 215 руб/м²



KÖMMERLING®



**Вы ищите ПВХ-пластик №1 в Мире?
Тогда Вы по адресу.**

Деликатес от
WeMaTec

WeMaTec
г. Москва,
тел.: (495) 981-49-63
www.wmt.ru
printjet@wmt.ru

WeMaTec
С-Петербург,
тел.: (812) 938-64-86
wematec.spb@mail.ru

WeMaTec
г. Ростов на Дону,
тел.: (863) 295-51-03
www.wmt-r.ru
wmtr@wmt-r.ru

WeMaTec
г. Пятигорск,
тел.: (8793) 320-387
wmt-pytigorsk@mail.ru

WeMaTec
г. Самара,
тел.: (846) 268-95-59
www.wmt-samara.ru
info@wmt-samara.ru

WeMaTec
г. Краснодар,
тел.: (861) 274-76-92
www.wmt-krasnodar.ru
wmt@wmt-krasnodar.ru

WeMaTec
г. Уфа,
тел.: (3472) 779-200
www.wmtrafl.ru
info@wmtrafl.ru

WeMaTec
г. Волгоград,
тел.: (8442) 233-244
www.wmt-volgograd.ru
info@wmt-volgograd.ru

WeMaTec
г. Челябинск,
тел.: (351) 239-92-46
www.wmt-ural.ru
info@wmt-ural.ru

WeMaTec
г. Пермь,
тел.: (342) 260-92-49
www.wmt.permonline.ru
wmt@perm.ru

Заказать по интернету можно здесь: www.adv24.ru

WeMaTec



Всегда правильный стиль.

NORME REFLE MONTE
JETRE DECORE CONVE

Только у нас!

- цветные пленки для декорирования
- материалы для печати и постпечати
- специальные баннерные ткани
- системы для заливки смолой

WeMaTec
г. Москва,
тел.: (495) 981-49-63
www.wmt.ru
printjet@wmt.ru

WeMaTec
г. С-Петербург,
тел.: (812) 938-64-86
wematec.spb@mail.ru

WeMaTec
г. Ростов на Дону,
тел.: (863) 295-51-03
www.wmt-r.ru
wmtr@wmt-r.ru

WeMaTec
г. Пятигорск,
тел.: (8793) 320-387
wmt-pytigorsk@mail.ru

WeMaTec
г. Самара,
тел.: (846) 268-95-59
www.wmt-samara.ru
info@wmt-samara.ru

WeMaTec
г. Краснодар,
тел.: (861) 274-76-92
www.wmt-krasnodar.ru
wmt@wmt-krasnodar.ru

WeMaTec
г. Уфа,
тел.: (3472) 779-200
www.wmtrafl.ru
info@wmtrafl.ru

WeMaTec
г. Волгоград,
тел.: (8442) 233-244
www.wmt-volgograd.ru
info@wmt-volgograd.ru

WeMaTec
г. Челябинск,
тел.: (351) 239-92-46
www.wmt-ural.ru
info@wmt-ural.ru

WeMaTec
г. Пермь,
тел.: (342) 260-92-49
www.wmt.permonline.ru
wmt@perm.ru

Заказать по интернету можно здесь: www.adv24.ru



МАТЕРИАЛЫ: РЕКЛАМА

НАРУЖКА

19



ПЕРВЫЙ ЗАПАДНОЕВРОПЕЙСКИЙ ПРОИЗВОДИТЕЛЬ ПВХ-ЛИСТОВ В РОССИИ

НАЧНИ С НОВОГО ЛИСТА!

самый большой склад высококачественных
белых и цветных ПВХ-листов **VEKAPLAN**
от 1 до 30 мм на российском рынке

VEKA Rus • Центральный завод и Головной офис

тел.: (495) 518 98 50 факс: (495) 777 36 11

e-mail: moscow@veka.com

Internet: www.veka.ru

ДИСТРИБЬЮТОРЫ:

ГРУППА КОМПАНИЙ Sign Alliance Официальный поставщик

ЗАО "ФорДА", Санкт-Петербург,
Коломяжский пр., д.33А
тел.: (812) 380-85-55
info@forda.ru, www.forda.ru

ООО «ВНТ-Столица», Москва,
3-я Богатырская ул., д. 1, к. 1
тел.: (495) 925-76-07
web@wmts.ru, www.wmts.ru

ООО «Профас», Иркутск,
ул. Поленова, д. 18
тел.: (3952) 20-75-78
zakaz@wmt.irk.ru, www.wmt.irk.ru

Компания «ЗЕНОН Рекламные Поставки»

ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ОФИС:
тел./факс: (495) 788-11-33 (многокан.), 925-05-06
www.zenonline.ru; e-mail: sales@zenonline.ru
www.sheets.ru; e-mail: sales@sheets.ru

ЗЕНОН-СВИБЛОВО:
тел.: (495) 788-93-33 (многокан.), (499) 184-25-36;
e-mail: sviblovo@zenonline.ru

ВЛАДИВОСТОК: (4232) 43-77-44; E-mail: vlad@zenonline.ru
ВОЛГОГРАД: (8442) 95-71-71; E-mail: vgrad@zenonline.ru
ЕКАТЕРИНБУРГ: (343) 344-344-7; E-mail: eburg@zenonline.ru
КАЗАНЬ: (843) 2-789-789; E-mail: kazan@zenonline.ru
КРАСНОДАР: (861) 262-43-43/44-44; E-mail: kdar@zenonline.ru
НИЖНИЙ НОВГОРОД: (831) 278-68-68; E-mail: nnov@zenonline.ru
НОВОСИБИРСК: (383) 267-77-13; E-mail: nsk@zenonline.ru
РОСТОВ-НА-ДОНУ: (863) 295-45-55; E-mail: rost@zenonline.ru
САМАРА: (846) 269-39-60/61/62; E-mail: sama@zenonline.ru
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ: (812) 622-02-02; E-mail: spb@zenonline.ru
УФА: (347) 2-481-481; E-mail: ufa@zenonline.ru
ЧЕБОКСАРЫ: (8352) 45-45-46; E-mail: chbox@zenonline.ru
ЧЕЛЯБИНСК: (351) 774-56-59; E-mail: chel@zenonline.ru

ОРГСТЕКЛО (Москва) тел./факс: (495) 725-08-67, 725-33-38
(Московская обл.), г. Котельники тел./факс: (495) 916-85-98
e-mail: info@orgsteklo.ru
www.orgsteklo.ru

ОРГСТЕКЛО (Санкт-Петербург)
тел.: (812) 224-95-42, 528-50-86, 528-62-36, факс: (812) 528-47-04
e-mail: piter@orgsteklo.ru
www.orgsteklo.ru

ОРГСТЕКЛО (Беларусь, Минск)
тел./факс: +375 17 208-85-77, 251-44-88, 208-85-88
e-mail: info@orgsteklo.by
www.orgsteklo.by

ОРГСТЕКЛО (Украина, Киев)
тел./факс: +38 044 495-3207, 495-3208, e-mail: info@orgsteklo.in.ua
www.orgsteklo.in.ua
Новосибирск: ООО «Сибпласт»
тел.: (3832) 660-092, 666-535, факс: 660-729
e-mail: sale@termahim.ru, www.termahim.ru

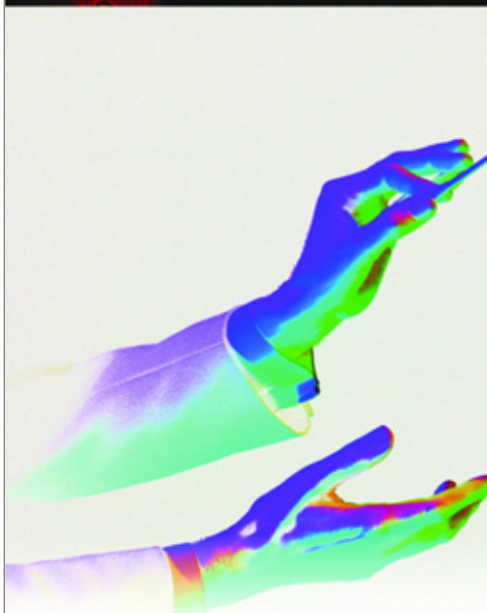
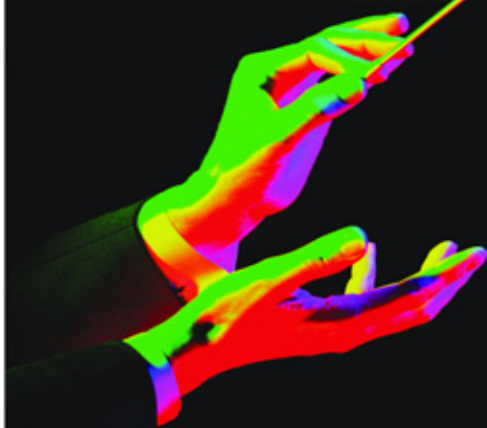
ХИМСЫРЬЕ
тел.: (495) 925-8849 (многокан.), факс (495) 995-2293
e-mail: post@hims.ru, www.hims.ru

ЦЕНТР ПОЛИМЕРОВ "Север" (Москва)
ЦЕНТР ПОЛИМЕРОВ "Юг" (Москва)
тел.: (495) 956-6666, 956-8232, факс: (495) 956-3509
sr@polymercentre.ru, www.polymercentre.ru, www.plastic.ru
ЦЕНТР ПОЛИМЕРОВ - УРАЛ (Уфа)
тел./факс: (3472) 28-86-75, 28-86-77, 28-86-79, доб. 29, 32, 34
cpural@yandex.ru
ЦЕНТР ПОЛИМЕРОВ - ЮГ (Пятигорск)
тел./факс: (928) 350-50-26, 350-50-32, cpug@yandex.ru

Теперь эко-сольвентные чернила ECOLOGINK можно приобрести в офисах компании WeMaTec. Качество, наличие, консультацию и техподдержку гарантируем.

BORDEAUX
DIGITAL PRINTink

СИМФОНИЯ ЦВЕТА.



WeMaTec
г. Москва,
тел.: (495) 981-49-63
www.wmt.ru
printjet@wmt.ru

WeMaTec
г. С-Петербург,
тел.: (812) 938-64-86
wematec.spb@mail.ru

WeMaTec
г. Самара,
тел.: (846) 268-95-59
www.wmt-samara.ru
info@wmt-samara.ru

WeMaTec
г. Волгоград,
тел.: (8442) 233-244
www.wmt-volgograd.ru
info@wmt-volgograd.ru

 **WeMaTec**

WeMaTec
г. Ростов на Дону,
тел.: (863) 295-51-03
www.wmt-r.ru
wmt@wmt-r.ru

WeMaTec
г. Краснодар,
тел.: (861) 274-76-92
www.wmt-krasnodar.ru
wmt@wmt-krasnodar.ru

WeMaTec
г. Челябинск,
тел.: (351) 239-92-46
www.wmt-ural.ru
info@wmt-ural.ru

WeMaTec
г. Пятигорск,
тел.: (8793) 320-387
wmt-pytigorsk@mail.ru

WeMaTec
г. Уфа,
тел.: (3472) 779-200
www.wmtrafl.ru
info@wmtrafl.ru

WeMaTec
г. Пермь,
тел.: (342) 260-92-49
www.wmt.permonline.ru
wmt@perm.ru

Заказать по интернету можно здесь: www.adv24.ru


NESCHEN

- Цветные пленки Filmolux 110 / 121 / 126
- Пленки для печати EasyPrint 80
- Решения для напольной графики
- Фотообои



 **WeMaTec**

Эксклюзивный поставщик продукции Neschen на Российский рынок

WeMaTec
г. Москва,
тел.: (495) 981-49-63
www.wmt.ru
printjet@wmt.ru

WeMaTec
г. С-Петербург,
тел.: (812) 938-64-86
wematec.spb@mail.ru

WeMaTec
г. Самара,
тел.: (846) 268-95-59
www.wmt-samara.ru
info@wmt-samara.ru

WeMaTec
г. Волгоград,
тел.: (8442) 233-244
www.wmt-volgograd.ru
info@wmt-volgograd.ru

WeMaTec
г. Ростов на Дону,
тел.: (863) 295-51-03
www.wmt-r.ru
wmt@wmt-r.ru

WeMaTec
г. Краснодар,
тел.: (861) 274-76-92
www.wmt-krasnodar.ru
wmt@wmt-krasnodar.ru

WeMaTec
г. Челябинск,
тел.: (351) 239-92-46
www.wmt-ural.ru
info@wmt-ural.ru

WeMaTec
г. Пятигорск,
тел.: (8793) 320-387
wmt-pytigorsk@mail.ru

WeMaTec
г. Уфа,
тел.: (3472) 779-200
www.wmtrafl.ru
info@wmtrafl.ru

WeMaTec
г. Пермь,
тел.: (342) 260-92-49
www.wmt.permonline.ru
wmt@perm.ru

Заказать по интернету можно здесь: www.adv24.ru



МАТЕРИАЛЫ: РЕКЛАМА

НАРУЖНАЯ



composite panels

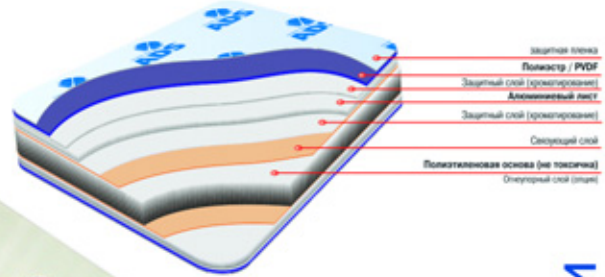
www.ads-panels.ru

ADS®

КАЧЕСТВО / ЦЕНА НОВЫЙ РУБЕЖ

Основные характеристики композитных панелей ADS и ADS-Front

Характеристика	ADS	ADS front
Применение	Лицевые поверхности рекламных щитов, вывесок, выставочных конструкций, организация внутренних перегородок	Облицовка зданий, колонн, мачт освещения, границ кровли и кровельных парапетов
Класс горючести	G4	G1
Покрытие	Полиэстер	PVDF
Гарантия при наружном применении	8 лет	15 лет
Стандартные размеры	1250*3050*3 мм., 1500*3050*3 мм., 1500*4050*3 мм., 1500*3050*4 мм.	1250*3250*4 мм.
Толщина алюминия (стандартная)	0.21 мм., 0.3 мм.	0.4 мм., 0.5 мм.



Специальные размеры

Толщина: 2 мм, 5 мм, 6 мм.; Ширина: 1000 мм.; Максимальная длина: 6000 мм.
Толщина алюминия: 0,12 мм

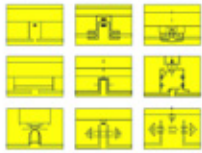
Экономичность и простота монтажа

ADS панели обладают высокой прочностью, что позволяет обойтись без дополнительных армирующих элементов и изоляционных слоев.
Упрощение конструкции и облегчение монтажа экономят Ваши деньги и время!

Применение

- Наружная облицовка зданий (ADS-Front)
- Облицовка границ кровли и кровельных парапетов
- Декоративная облицовка нижних частей стен, организация внутренних перегородок
- Лицевые поверхности рекламных щитов, вывесок, выставочных сооружений.
- Облицовка колонн, мачт освещения, сложных криволинейных конструкций.

Превосходная обрабатываемость



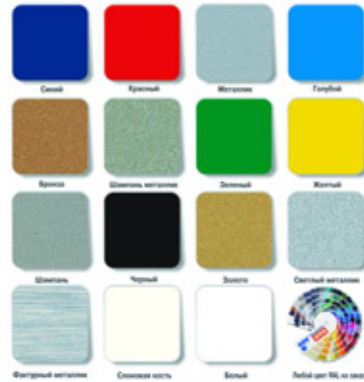
ADS панели отлично подходят для облицовочных работ, требующих формирования большого количества острых углов, разрезов, изгибов и закруглений. Материал легко поддается резке, изгибу под углом и радиусному закруглению, вальцовке, сварке полимерного слоя, стыковке краев. Все операции над панелями можно выполнять при помощи обычных металло- и деревообрабатывающих машин и инструментов. Благодаря этому ADS панели позволяют наилучшим образом воплотить Ваши дизайнерские идеи.

Выдающиеся характеристики огнестойкости



ADS панели полностью соответствуют требованиям пожарной безопасности установленным СНиП РФ. ADS по своим огнеупорным свойствам материал превосходит требования индекса В1 и прекрасно противодействуют распространению огня и образованию задымления. Мы предлагаем панели с двумя типами центрального слоя: трудноргорючий (PE) и негорючим (минеральная прослойка)

Основные цвета сэндвич-панелей



Панели ADS Front для облицовки фасадов зданий

- Стандартные цвета ADS-Front совпадают с основными цветами ADS

АЛЮМИНИЕВЫЕ КОМПОЗИТНЫЕ ПАНЕЛИ

NEOTEC®

материалы и оборудование для наружной рекламы

неоновые комплекты • листовые пластики • композитные панели • светотехника • профили • самоклеющиеся пленки • неоновые мини-заводы • фрезерно-гравировальные станки

телефон: (495) 363-4503, факс (495) 363-4548
121357, г. Москва, ул. Вере́йская, дом 29
www.neotec.ru

г. Санкт-Петербург: Лиговский пр-т, д.50, корп.17, (812) 331-89-47
г. Ростов-на-Дону: ул. Черевичкина, д.106, (863) 261-34-44;
г. Нижний Новгород: Верхне-Волжская наб., д.14, (8312) 19-9201



ОРГСТЕКЛО

- ♦ оргстекло
- ♦ поликарбонат
- ♦ ПВХ
- ♦ ПЭТ
- ♦ полистирол
- ♦ самоклеящиеся пленки
- ♦ клей и средства ухода за пластиками

<http://www.orgsteklo.ru>

Москва
ЗАО «Оргстекло»
121596, г. Москва, ул. Горбунова, д.8
Тел./факс: +7 (495) 725-08-67, 725-33-38
140054, г. Котельники, Московская обл.
Новорязанское шоссе, 9
Тел./факс: +7 (495) 916-85-98
E-mail: info@orgsteklo.ru
www.orgsteklo.ru

Санкт-Петербург
ЗАО «Оргстекло»
195112, г. Санкт-Петербург, Новочеркасский пр-т, д.1
тел.: +7 (812) 224-95-42, 528-50-86, 528-62-36
факс: +7 (812) 528-47-04
E-mail: piter@orgsteklo.ru
www.orgsteklo.ru

Минск
ИП «Оргстекло»
220073, г. Минск, ул. Харьковская, 3а, комн. 2
тел./факс: +375 17 208-85-77, 251-44-88, 208-85-88
E-mail: info@orgsteklo.by
www.orgsteklo.by

Киев
ООО «Оргстекло»
04073, г. Киев, ул. Сырецкая, 25 а, 3-этаж
тел./факс: +38 044 495-3207, 495-3208
E-mail: info@orgsteklo.in.ua
www.orgsteklo.in.ua

рекламные и декоративные самоклеящиеся пленки полистирол пластики ПВХ акрил

Хорошо, когда удобно!

www.amt-team.ru

(495) 788-8302; 489-8506; 489-1128

сотовый и монолитный поликарбонат клей Cosmofen

широкий ассортимент пленок ORASAL оргстекло листы

ПЭТ профили ALS Eikamet QUATRO баретный профиль Nielsen ORAJET для печати



МАТЕРИАЛЫ: РЕКЛАМА

ВНУТРЕННЯЯ

23



Инвестиции в бизнес широкоформатной печати, или три рецепта от кризиса

Даже несмотря на тяжелые кризисные времена, рынок цифровой широкоформатной печати сохраняет тенденцию к росту, ведь только «цифра» дает производителю оптимальное сочетание качества, разнообразия запечатываемых материалов и рентабельность при любых тиражах.

Производители рекламы как никто другой должны постоянно следить за новыми тенденциями в мире технологий и обновлять ассортимент предлагаемых услуг. В условиях острой конкуренции потребность печатников в новых, креативных идеях и материалах особенно велика. Однако зачастую многие производители исчисляют рынок тремя-пятью десятками потенциальных заказчиков и ограничивают возможности печати только изготовлением наружной рекламы для щитов 6 x 3 м.

И совершенно напрасно! Ведь сегодня разработано множество разнообразных материалов для художественной, интерьерной, автомобильной и промышленной печати. А это значит, что у широкоформатной печати как бизнеса колоссальные перспективы. Если вы наблюдаете падение заказов в секторе широкоформатной печати, советуем обратить внимание на соседние рынки — там еще много места!

Рецепт первый: диверсифицируем производство

Во-первых, нужно сместить внимание с наружной рекламы на перспективное indoor-направление. Большое разнообразие материалов для печати DigiSolPrint — пленки, бумаги, ткани, холсты — можно успешно использовать в интерьерной рекламе для изготовления легких рекламных перетяжек и постеров, в оформлении выставочных залов и торговых комплексов.

Кроме того, можно обратить свои взоры на смежные с рекламой рынки, на которых работают фотостудии, театральные и художественные мастерские. Диверсифицируйте производство и структуру предлагаемых услуг: начинайте печатать репродукции художественных полотен на холсте и текстиле, откройте фотоотдел или займитесь сотрудничеством с театральными труппами и создавайте декорации.

Рецепт второй: переквалифцируемся в отделочников

Уникальная особенность цифровой печати — возможность сохранять высокую рентабельность при небольших тиражах — позволяет создавать индивидуальные продукты, а ведь индивидуальность — это то, к чему сегодня стремится не только каждая компания, но и каждый человек. Поэтому ведущие производители материалов для печати стали активно проникать на рынок интерьерного дизайна. И если год-два назад обои и текстиль для печати вызывали удивление у дизайнеров, то сегодня они пользуются активным спросом.

Направление DigiDeco объединило в себе материалы для печати, специально разработанные для использования в дизайне и оформлении интерьеров: обои и текстиль для печати, пленку для изготовления фресок, материалы для напольной графики. Их особенность состоит в том, что они сочетают качества традиционных, всем известных материалов — как, например, настенные обои, и в то же время на них можно нанести любое изображение с помощью широкоформатного принтера. Если в штате вашей компании есть талантливый дизайнер, то смело начинайте помогать заказчикам создавать уникальный дизайн для дома или офиса и оформлять стены, пол, потолок или окна.

Фантазия помогает находить для широкоформатного оборудования порой неожиданные применения. Например, печать на натяжных потолках. В свое время уникальность такой услуги позволила некоторым компаниям выстроить высоко-рентабельный бизнес и занять лидирующие позиции на этом рынке.





Рецепт третий: ударим по автопрому

Включите в список услуг виниловый автотюнинг. Оклеивание автомобилей специальной пленкой представляет собой бюджетную альтернативу аэрографии и пользуется все большим спросом у автовладельцев, желающих выделиться и украсить графикай свою машину.

Бизнес практически не потребует дополнительных вложений, особенно если вы решите заняться им совместно с профессиональной автомастерской или тюнинговой компанией. При этом стоимость таких услуг может быть достаточно высокой — в зависимости от наличия конкурентов в вашем регионе, ведь за эксклюзив люди всегда будут готовы платить.

Для того, чтобы преуспевать в делах, конечно, нужна фантазия и прогрессивные технологии. Помните, что, однажды купив широкоформатное оборудование, вы приобрели готовый, многопрофильный бизнес. Благодаря возможности печатать на огромном, постоянно расширяющемся спектре материалов, вы получаете неограниченное количество заказов — от обеспечения больших рекламных кампаний до создания индивидуальных, ярких предметов интерьеров и окружающей нас жизни.

*Вадим Ильинский,
директор департамента оборудования*

ЗАО «ФорДА»
тел. (812) 380 85 55
www.forda.ru



МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ЦИФРОВОЙ рекламной

DigisoPrint

и интерьерной печати

DigidDecor

группа компаний

группа компаний
Sign Alliance

ОФИЦИАЛЬНЫЙ
ПОСТАВЩИК

ООО «ВМТ-Столица»

МОСКВА
3-я Богатырская ул., д. 1, к. 1
тел.: (495) 925-76-07
web@wmts.ru
www.wmts.ru

ЗАО «ФорДА»

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
Коломяжский пр., д. 33А
тел.: (812) 380-85-55
info@forda.ru
www.forda.ru

ООО «Профас»

ИРКУТСК
ул. Поленова, д. 18
тел.: (3952) 20-75-78
zakaz@wmt.irk.ru
www.wmt.irk.ru



МАТЕРИАЛЫ: ПРОДУКТЫ И РЕШЕНИЯ

ВНУТРЕННЯЯ

буквы & знаки

из нержавеющей стали



изделие
плоское



изделие
объемное



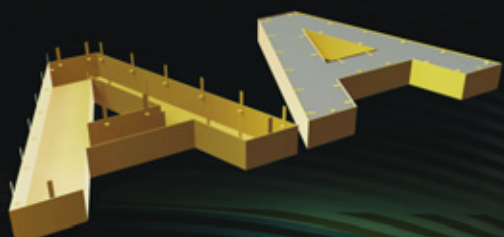
изделие
с наклонными
боковыми
стенками



изделие
с лицевой
поверхностью
из акрила



изделие
с формованной
лицевой
поверхностью



крепление упор-зажимы



крепление на штифтах



изделие с неоновым подсветом



изделие со светодиодной подсветкой



изделия
по индивидуальному
проекту

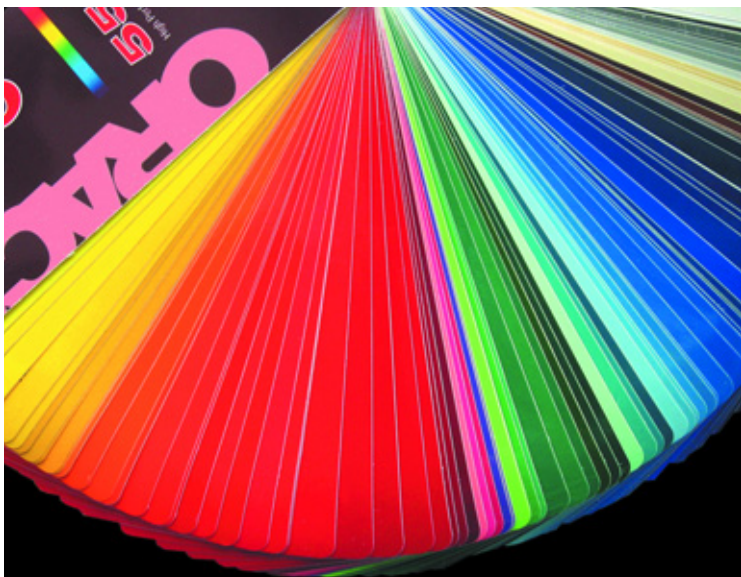
**УПАКОВКА И ДОСТАВКА
ПО МОСКВЕ
БЕСПЛАТНО**



АЛТИМА
группа компаний

www.altima-sign.ru
e-mail: altima@aha.ru

127550, Москва, ул. Прянишникова, д. 19 А, стр. 4
Тел./факс: (495) 727-18-94 (многоканальный)



Optimum Versatile Extreme

пленки для оклейки автотранспорта
пленки для графической рекламы
пленки для цифровой печати
пленки монтажные и клеящие



официальный представитель в России
ORACAL-TRADING

**ПРИГЛАШАЕМ К СОТРУДНИЧЕСТВУ
ДИЛЕРОВ И ОПТОВИКОВ**

ООО «ОРАКАЛ-Трейддинг»
Санкт-Петербург, Коломяжский пр. 33а
тел. / факс: (812) 380-85-79
info@oracal-trading.ru
<http://www.oracal-trading.ru>



Intelicoat Technologies

Comprehensive Coating Solutions

**Материалы Intelicoat (США)
для печати всеми типами чернил**

Сочетание высокого качества и низких цен.

Широчайший ассортимент - бумаги, плёнки,
баннерные материалы, холсты, а также
специальные материалы.



Лидер продаж - постерная бумага на
латексной основе - от **1,64** евро/м2!

Ждём вас в нашем офисе, где вы можете
получить образцы материалов, а также
профессиональную консультацию
специалистов.

ВМТ-Столица

рекламные материалы и технологии

107564, Москва, ул.3-я Богатырская, д.1, корп.1
Тел.: (499) 169-21-21, (495) 925-76-07
<http://www.wmts.ru> E-mail: sale@wmts.ru



МАТЕРИАЛЫ: РЕКЛАМА

НАРУЖНАЯ

27

ФОРМОВКА В НАРУЖКЕ

ВСЬ КОМПЛЕКС РАБОТ: ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЕ • ИЗГОТОВЛЕНИЕ
ПРЕСС-ФОРМ • ФОРМОВКА • ДОРАБОТКА ГОТОВЫХ ЭЛЕМЕНТОВ

БУКВЫ С ФОРМОВКОЙ
ДЛЯ ФРИЗОВЫХ ВЫВЕСОК *



Типоразмеры по высоте:
от 150 до 700 мм

СВЕТОВЫЕ КОРОБА



от 300 до 1100 мм

ПАНЕЛЬ-КРОНШТЕЙНЫ



от 700 до 1200 мм



ЭФФЕКТИВНО
БЫСТРО
ОБЪЕМНО

КОРПОРАТИВНАЯ СИМВОЛИКА (ЛОГОТИПЫ И ЗНАКИ)



Максимальное рабочее поле формовки 2430 x 1430 мм
Услуги по изготовлению пресс-форм

www.latec.ru тел.: (495) 980 6550

* Использование формовки улучшает читаемость вывесок при острых углах обзора

DIBOND®
DIBOND®decor



Конечно же Дизайн Декор **дерево** Поверхности

- **Продукт**
DIBOND®decor – это композитная панель из алюминия с разнообразными поверхностями под дерево
 - **Устойчивость против воздействий окружающей среды**
DIBOND®decor устойчив против воздействия влажности и больших перепадов температур. Поэтому его можно не задумываясь использовать для наружных применений
 - **Обработка**
Само собой разумеется, новые панели можно так же просто обрабатывать, как и стандартные плиты DIBOND®. Это такие способы обработки, как например, шлифание, окантовка, резка, метод фрезерной окантовки
 - **Нанесение печати**
Как и при применении стандартных плит DIBOND®, на панели DIBOND®decor возможно нанесение трафаретной или цифровой печати. Таким образом их можно превосходно применять в качестве носителя рекламы
 - **Преимущества в весе**
Панели DIBOND®decor намного легче по сравнению с натуральным деревом. Этот факт является большим преимуществом при обработке, транспортировке, переноске и при креплении. И дополнительно экономит денежные ресурсы
 - **Применение**
При оформлении внутреннего дизайна и наружных фасадов магазинов, облицовке стен, элементы рекламы, ивент-маркетинг
- Made in Germany

ALCAN COMPOSITES
Alcan Singen GmbH
78224 Singen, Germany
Tel. +49 (0) 7731-80 36 57
Fax +49 (0) 7731-80 21 05
display.eu@alcan.com
www.dibond.eu

ALCAN COMPOSITES



BORDEAUX
DIGITAL PRINTink



- Доступная цена
- Экологическая безопасность
- Гарантия на печатающие головки!
- Высокая оптическая плотность и широкий цветовой охват
- Совместимость со всеми типами экосольвентных плоттеров

ИЩЕМ ДИЛЕРОВ В РЕГИОНАХ!

ВМТ-Столица
рекламные материалы и технологии

107564, Москва, ул.3-я Богатырская, д.1, корп.1
Тел.: (499) 169-21-21, (495) 925-76-07
http://www.wmts.ru E-mail: sale@wmts.ru



МАТЕРИАЛЫ: РЕКЛАМА

НАРУЖНАЯ

29



Подложка — прежде чем выбросить, необходимо правильно выбрать!



Ведущая рубрики:
Юлия Хейфец,
технический специалист
отдела коммерческой
графики «ЗМ Россия»

При нанесении самоклеящейся пленки подложка удаляется и выбрасывается. Наверно поэтому, на подложку, как правило, не обращают внимания. А между тем этот слой имеет ряд важных функций. Так, например, вертикально поставить рулон можно только благодаря наличию подложки — она придает рулону необходимую жесткость. Однако главное предназначение подложки — защита клеевого слоя.

Существует три вида подложек. Самый простой и дешевый вид — бумажная подложка. Ее достоинством является низкая цена. Однако бумага практически не защищает от влаги. Если зимой на рулоне сконденсировалась вода, то бумажная подложка «идет волнами» и такую пленку уже нельзя использовать.

Следующий вид подложек — бумажная защищенная. Она представляет собой бумагу, с двух сторон покрытую тонким силиконовым слоем. На ощупь такая подложка более скользкая. Бумажная защищенная подложка является более надежной защитой от влаги, по сравнению с обычной бумажной. Действительно, на бумажную защищенную подложку можно даже пролить воду, затем стряхнуть ее, а пленку использовать. Благодаря силиконовому покрытию вода собирается капельками на подложке и не впитывается в нее. Таким образом, пленки с бумажной защищенной подложкой легче хранить и эксплуатировать: они не очень чувствительны к перепадам влажности.

Третий и последний вид подложек — пластиковые подложки. Понятно, что пластиковые подложки — это самая совершенная защита клея от влаги. Однако их главное преимущество не в этом. При нанесении пленки на стекло важно, чтобы клей лежал идеально ровно. В противном случае через стекло/пластик на просвет будут видны дефекты (разводы, темные пятна). Бумажная подложка имеет микро-неровности. Эти же микро-неровности имеет и клей, нанесенный на бумажную подложку. Только пластиковая подложка обеспечивает идеально гладкую поверхность. Именно поэтому пленки с пластиковой подложкой идеально работают на просвет при нанесении на стекло и другие прозрачные конструкции.

Хотите сделать эффективной
почтовую рассылку
своих рекламных материалов?

Рассылайте
вместе с журналом **НАРУЖКА** →

Вы можете разослать

образцы своей продукции, рекламные
брошюры, прайс-листы, листовки и др.

*Вы можете воспользоваться любой выборкой от 500
до 10.000 адресов, выбрав для рассылки*
рекламные агентства, производителей
наружной рекламы, потенциальных заказчиков
рекламы, VIP-заказчиков и т. д..

Наши базы данных проверяются ежемесячно,
а потому имеют минимум возвратов.

Вы разделите наши расходы по рассылке, а
потому для вас *стоимость услуги будет меньше,*
чем если бы всю работу вы проделали
самостоятельно.

Кстати, для рекламодателей «НАРУЖКИ» —
дополнительные скидки!

За справками обращайтесь: (495) 234-74-94
E-mail: info@RiDcom.ru

Алюминиевые композитные панели
для рекламы и строительства

**РУСКОМ, BILDEX
ALUSTYLE**

АЛЮМИНИЕВАЯ СИСТЕМА КРЕПЛЕНИЯ ПАНЕЛЕЙ

Тел.: 991-5103; 662-0576; 709-2670/71
г.Москва, ул.Ташкентская, д.9 rekkomplekt@list.ru

Материалы
для
рекламы

(495) 381-1733
381-8125; 382-2483



**АНТИКРИЗИСНЫЕ
ПРЕДЛОЖЕНИЯ!**

ЯАР

WWW.BIGBUKVA.RU

(495) 797 8858

СКИДКИ

На буквы **до 35%**

На светотехнику **до 25%**

МЫ ГАРАНТИРУЕМ ВАМ ЛУЧШУЮ ЦЕНУ!

Пришлите вывеску на расчет: info@bigbukva.ru





Компания «ЗЕНОН» представила ряд новых источников постоянного напряжения 12 В для светодиодной подсветки (производство — компания INFILITE).

Теперь в ассортименте «ЗЕНОНа» представлены, во-первых, влагозащищенные модели блоков питания малой мощности 18, 30 и 40 Вт, предназначенные для световых вывесок с ограниченным внутренним пространством. Во-вторых, — влагозащищенные модели средней и высокой мощности 60, 150 и 200 Вт; в зависимости от габаритов вывески, каждое из этих устройств можно использовать для питания сразу нескольких элементов и тем самым — удешевить конструкцию. Наконец, блоки питания 60, 150 и 300 Вт без влагозащиты также позволят уменьшить затраты при создании интерьерной световой рекламы, поскольку при их применении не придется переплачивать за дорогостоящий алюминиевый корпус-радиатор.



Еще одной новинкой в ассортименте компании «ЗЕНОН» стали сверхъяркие LED-ленты SMD5050 на самоклеящейся основе (производитель — компания INFILITE).

Принципиальное отличие от аналогичных продуктов — применение трех чипов в одном светодиоде, за счет чего достигается более высокая яркость, а также белый цвет подложки, благодаря чему исключаются потери света внутри конструкции. В одном погонном метре ленты содержится 30 светодиодов. Продукт имеет влагозащиту стандарта IP65. Световой поток достигает 210 лм/м при потребляемой мощности 7,12 Вт/м. Размеры smd-диодов, использованных в новинке, составляют 5 x 5 мм. Светодиодную ленту можно делить на участки кратностью до 10 см (по три светодиода). Угол излучения света у ленты SMD5050 составляет 120 градусов. Новинку также можно использовать в качестве RGB-подсветки, для чего предусмотрены специальные контроллеры, в том числе — с дистанционным управлением.



Компания Tescolux объявила о замене стандартной зеленой неоновой трубки зеленого цвета №10 Green на обновленную разновидность — №10C Green.

Разработка отличается новым люминофорным покрытием на основе редкоземельных элементов. При эксплуатации у новой трубки такой же цвет, как и у более ранней версии, в то же время снижение яркости во времени будет таким же незначительным, как у белых неоновых трубок серии Tri-phosphor. Для сравнения: у трубки №10 световая потеря достигала 80% после 12 тыс. часов использования. Как заявляет компания Tescolux, у новой версии этот показатель не превышает 20%.

В настоящее время компания Tescolux разрабатывает новое поколение трубок синего (№8 Blue), фиолетового (№15 Violet) и ряда белых цветов.

Независимый исследовательский институт SRI International и компания Showa Denko K.K. (SDK, Япония) в сотрудничестве с компанией Itochu Plastics Inc. (CIPS) разработали высокоэффективный источник света рекордной яркости на основе органических светодиодов (COLED).

Как заявляют разработчики, новая технология позволяет получать в пять раз больше светотдачи по сравнению с обычными органическими светодиодами. Вдобавок, устройство имеет потенциал стать вдвое эффективнее компактных люминесцентных ламп, которые содержат ртуть и потому требуют особого подхода к утилизации.

По убеждению организаций, объединивших свои усилия при создании технологии, новинка способна прийти на смену традиционным лампам накаливания и люминесцентным светильникам.

Комбинация светоизлучающих полимеров SDK и технологии COLED, разработанной институтом SRI International, позволила исследователям получить светотдачу в 30 люменов на ватт голубого цвета свечения и свыше 80 люменов на ватт — зеленого цвета свечения.

Как заявил Киохеи Такахаша, президент компании Showa Denka K.K., инновационная технология появится на рынке уже в 2010 году.

Компания Marktech LED Lighting представила новую усовершенствованную светодиодную лампу PAR20 LED для применения в интерьерном освещении.

Новинка потребляет всего 4,6 Вт, чтобы излучать до 300 люменов. По сравнению с предыдущим поколением, светотдача новой лампы PAR20 LED на 50% больше. Устройство обеспечивает угол свечения в 50 градусов и имеет цоколь стандарта E26.

Новинка представлена в двух вариантах: с белым свечением цветовой температуры 2800K и 6000K соответственно.

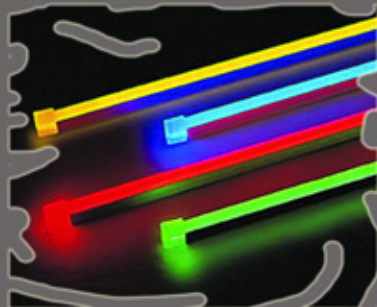
Усовершенствованные лампы PAR20 LED рассчитаны на срок службы в 50 тыс. часов, выделяют очень мало тепла и не выделяют ультрафиолетовых лучей, что делает их оптимальными для применения в подсветке дисплеев на местах продаж, а также в интерьерном освещении музеев и розничных центров. Новые источники света не содержат ртути и свинца.

Компания Osram Opto Semiconductors представила новые светодиодные модули Osram TopLED Black.

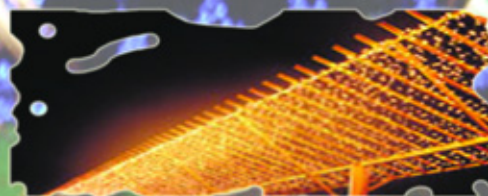
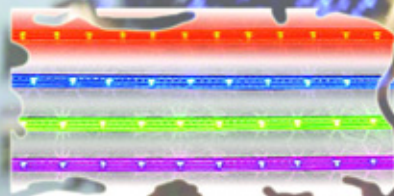
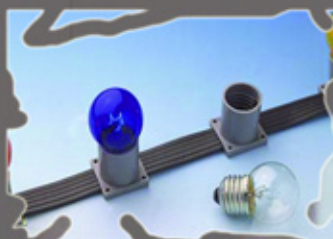
Светильники представляют собой светодиоды средней мощности, помещенные в корпуса из матового черного материала. Как заявляет компания-производитель, благодаря корпусу черного цвета обеспечивается значительно более высокий контраст с меньшей отражательной способностью, чем у сопоставимых по яркости диодов в белом корпусе. Новинка позиционируется как оптимальный светильник для подсветки рекламной информации дисплеев и табло курсов валют, где крайне важна читабельность текста, в особенности при ярком внешнем свете.

Диоды серии TopLED Black имеют интенсивность свечения в 1,9 кандел (при 20 мА). Угол рассеивания светового потока у новых источников света равен 60 градусам.

**ДИОДНЫЕ
НОВИНКИ
2010**



СВЕТОДИОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЕКОРАТИВНАЯ СВЕТОТЕХНИКА



ТК Нео-Неон
(495) 665-48-48
www.supersvet.ru



Ассортимент «ЗЕНОНа» не полон без неона!

Компания «ЗЕНОН» постоянно находится в поиске. В частности — в поиске новых для себя направлений в поставках. Но, думая о расширении ассортимента, мы прежде всего обязаны думать о тех, для кого мы работаем — о сайнмейкерах, изготовителях наружной рекламы... В «ЗЕНОНе» и сейчас уже — обширное предложение материалов и технологий для профессионалов рекламы. И все же, есть досадный пробел, странный вакуум, который не логичен для поставщика рекламного рынка. Мы говорим о неоне.

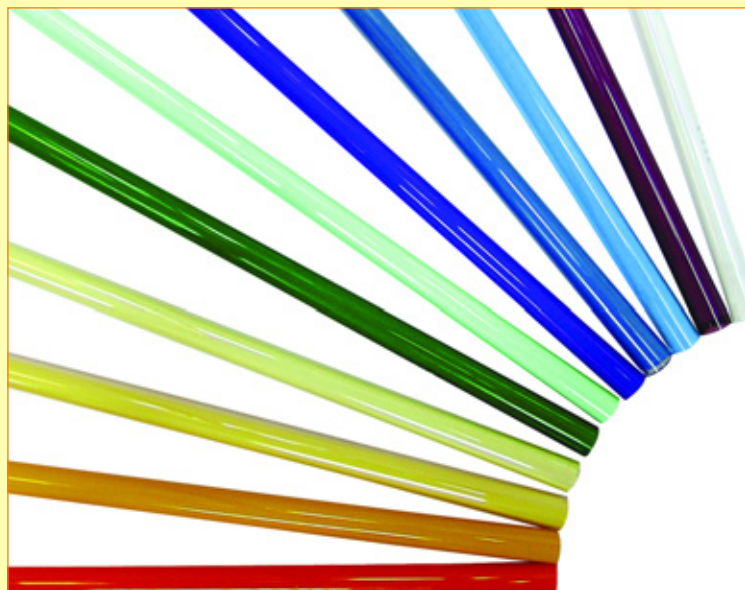
Для начала предвосхищаю вопрос — «А почему в «ЗЕНОНе» раньше не было неона?», — и сразу ответу на него... Увы, руки не доходили! Как говорится, нельзя объять необъятное. Как было уже сказано, «ЗЕНОН» — и так поставщик с весьма широким ассортиментом. Пожалуй, с одним из самых широких ассортиментов среди поставщиков рекламного рынка. Исторически сложилось так, что неон (стекло, комплектующие, трансформаторы и соответствующие инструменты) не попали в наш ассортимент. И дальнейшие времена бурного роста российского рекламного рынка отнимали все наши силы на поддержку и развитие уже начатых направлений. А неон так и откладывался «на завтра».

Но, похоже, это «завтра» наступило... Рецессия и спад рынка, как это ни странно, имеют и свои преимущества. В частности, они дали возможность, немного замедлив бег, оглядеться, пристальнее всмотреться в собственный ассорти-

мент, открывая возможности для дальнейшего его развития. Для компании класса SIGN SUPPLY (рекламное снабжение), каковой является «ЗЕНОН», неон — это нечто настолько «родное» и тематическое, что остается лишь удивляться, как это неон все еще не был представлен в ассортиментной линейке... К сожалению, это настоящая «дыра», упущение в гармоничном ассортименте поставок. И мы при первой возможности должны сделать все для того, чтобы эту дыру залатать.

Некоторые возразят: «А есть ли перспектива неону, как рекламному направлению? Ведь продолжает рост полупроводниковая технология»... Речь идет о светодиодах. Мы много размышляли на эту тему, анализировали рынок, разговаривали со специалистами, читали профессиональную зарубежную прессу... Нет! Неон жив и, похоже, будет жить и здравствовать еще долго... Как минимум — столько, сколько будут жить люми-

несцентные осветительные приборы. Массовые дешевые светодиоды (я не говорю о дорогостоящих брендовых приборах) все-таки имеют все еще недостаточную надежность. Дискретный характер светодиода приводит к тому, что выход из строя некоторых «точек» хотя и не приводит к выходу из строя всего подсвечиваемого изделия, но все-таки сильно портит его внешний вид. Отдельного внимания заслуживают проблемы с белыми светодиодами. Недорогие LED-излучатели белого цвета имеют достаточно ограниченный срок службы: они выцветают (меняют спектр и яркость излучения) или даже полностью выйдут из строя, что уже привнесло немало разочарований в ряды сайнмейкеров. Причина проблемы лежит в самом принципе работы белого твердотельного излучателя — во вторичном люминофорном излучении. И хотя прогресс в области светодиодов идет, и он очевиден, похоже, неону еще надолго хватит работы



в рекламе и дизайне. Неон незаменим в виде так называемого «открытого неона», в объемных буквах без «лица» и в дизайнерских решениях подсветки. Качественно выполненный неон очень надежен, неприхотлив, работает в широком температурном диапазоне. Наконец, он по-своему красив, изящен и неповторим. Неон — это не только реклама, но и искусство!

Мы отчетливо понимаем, что неон — это довольно узкий рынок. За последние 15 лет в России образовалась своя группа поставщиков этого класса рекламной комплектации. Что тут делать «ЗЕНОНУ»? И все же, нам кажется, есть что...

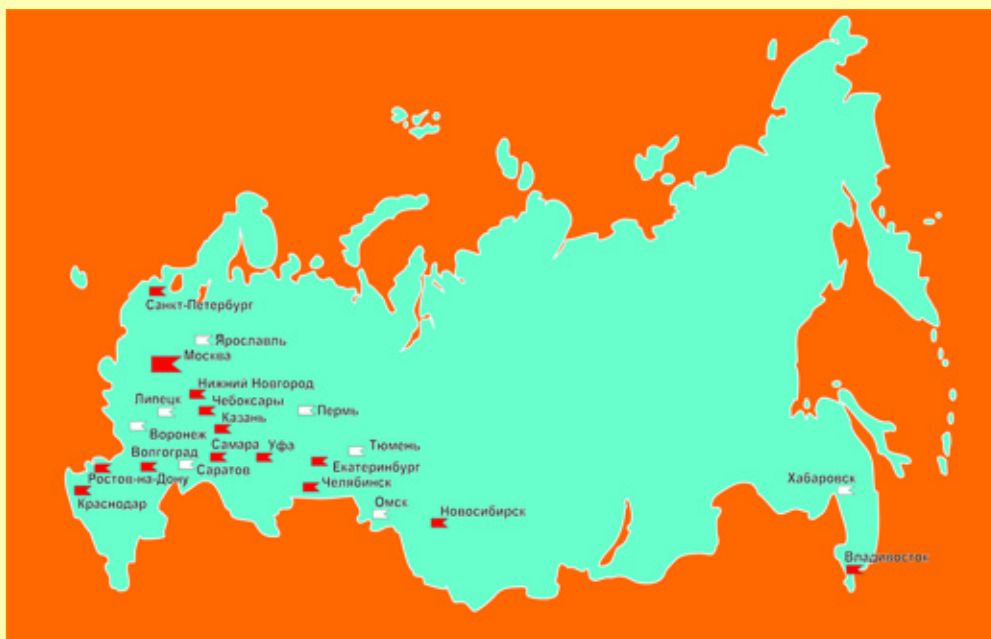
Во-первых, нашим клиентам-рекламистам будет попросту удобно работать с «ЗЕНОНОМ» в области неона, поскольку им и так приходится постоянно контактировать с нами по другим направлениям поставок (пленки, пластики, профили и т.д.).

Во-вторых, «ЗЕНОН» — это крупнейшая на сегодня профессиональная сбытовая сеть, охватывающая 14 городов России. В процессе открытия — филиалы еще в целом ряде городов (см. карту). Причем расширение региональной сети сейчас идет удвоенными темпами. Среди поставщиков неона в России нет ни одной компании с такой уникальной сетью профессиональной дистрибуции.

В-третьих, «ЗЕНОН» — это сообщество высококлассных специалистов в области производства рекламы. Кому, как не нам, заниматься поставками этой части рекламного снабжения, обеспечивая не только продажи, но и сопровождение, консультации и обучение.

Наконец, у нас есть достоверные сведения, что некоторые из российских компаний находятся, мягко скажем, не в очень успешном финансовом состоянии и допускают большие перебои в снабжении и даже (это тоже известно) отказываются от поставок неона, или же сдвигают эту часть своего ассортимента на низкий приоритет и на задние полки.

Совокупность этих факторов по сути не оставляет нам выбора... Сама жизнь заставляет нас вступать в эту область рекламных поставок. С другой стороны, серьезной компании, к каковым, безусловно, относится «ЗЕНОН», вступать в новую область следует также серьезно и основательно. Поэтому мы тщательно изучили рынок неона перед принятием окончательного решения об открытии этого направления. Наш ассортимент должен полностью удовлетворять все потребности рынка. Например, не секрет, что одни неонщики любят работать со свинцовым стеклом, другие — с содовым... Одни предпочитают проверенные, известные марки, для других более важно соотношение цены и качества. Предпочтения у всех разные. Формируя ассортимент, мы постарались учесть все пожелания наших будущих клиентов,



опыт других поставщиков, а также самую достоверную информацию из регионов.

Проанализировав все эти факторы, мы сформировали следующий базовый ассортимент поставок:

- стеклянные трубки и электроды EGL (свинцовые) и TECNOLUX (бесвинцовые);
- трансформаторы SIET (Италия) и DAENAN (Ю.Корея);
- электронные преобразователи TECNOLUX (Италия) и INFINILITE (Китай);
- полный спектр неоновых аксессуаров (изоляторы, держатели, кабель и т.д.).

Подобный ассортимент беспрецедентен по своему охвату и способен удовлетворить все потребности российских изготовителей неоновых вывесок. Важно подчеркнуть, что вся сеть «ЗЕНОНа» одновременно включится в поставки, предлагая неоновые решения профессионалам по всей России. Также важно подчеркнуть, что «ЗЕНОН» будет поставлять неоновые комплектующие по самым конкурентоспособным ценам, поскольку заключил прямые партнерские и дистрибьюторские соглашения со своими поставщиками.

Но, помимо ассортимента, компании-поставщику необходимо иметь специалистов, хорошо знающих неоновый рынок и способных грамотно консультировать клиентов и менеджеров. Мы подошли к этому вопросу со всей тщательностью! Знакомьтесь — Александр Чижов и Андрей Шершов (см. фото). Этот профессиональный тандем возглавляет все направление неона в «ЗЕНОНе», где каждый является грамотным специалистом по неону, с большим опытом работы в этом сегменте рекламной отрасли. Наверняка многие неонщики-профессионалы узнают эти лица.



Итак, «ЗЕНОН» обладает всеми необходимыми составляющими для успешного входа на неоновый рынок: широчайшая в России филиальная сеть, достаточные финансовые ресурсы, отличные профессионалы, тщательно подобранный ассортимент, ну и, наконец, — политическая воля самой компании развивать это направление! При таком наборе факторов ЗЕНОН просто обязан занять подобающее место на рынке нового для нас, но столь старого направления световой рекламы — неона.

В настоящее время заканчивается наполнение складов продукцией, почти готов специализированный веб-сайт www.neon-neon.ru. Вскоре в различных городах пройдут семинары для знакомства местного профессионального сообщества с ассортиментом и неоновой продукцией «ЗЕНОНа». Приходите в «ЗЕНОН» за неонами! Теперь у нас есть решительно все, что вам нужно для производства рекламы!

*Игорь Гуржуенко,
президент компании
«ЗЕНОН — Рекламные Поставки»*



НОВЫЙ ELF

НА 30%
ЯРЧЕ
ПО ПРЕЖНЕЙ ЦЕНЕ



We R.SUPPLY
INTERNATIONAL

телефон: (495) 363 9339
www.wersupply.ru www.elf-light.ru

**ЗАКАЖИ
БЕСПЛАТНЫЙ
ОБРАЗЕЦ!**

ОСТЕРЕГАЙТЕСЬ ПОДДЕЛОК !

Представительства We R.SUPPLY в России: Екатеринбург (343) 378 0873, Иркутск (3952) 234 285, Казань (843) 275 8140, Новосибирск (383) 362 0796, Ростов-на-Дону (863) 254 9090, Самара (846) 342 5556, Санкт-Петербург (812) 740 1890.
Представительства We R.SUPPLY в Европе и Азии: Казахстан, Алматы +7 727 239 39 31, Украина, Киев + 38 044 494 3806

СВЕТОДИОДЫ

Сравнение светодиодов с неоном		
	Неон	Светодиоды
Единица измерения	м. пог.	шт.
Количество *	7,5	25
Освещенность, Лк **	1200	1450
Цена источника, руб./ед. ***	250	110
Трансформатор, руб. ****	3000	490
Потребл., мощность, Вт	380	66
Гарантия, мес.	18	36
Общая стоимость, руб.	4875	3190

* - расчетное количество на квадратный метр засветки
 ** - для буквы глубиной 130 мм, лицевая часть - полистирол молочный светорассеивающий 3 мм.
 *** - дана стоимость неона диаметром 15 мм, белого свечения при собственном неоновом производстве
 **** - для неона - электромагнитный трансформатор 9 кВ/45 мА, для светодиодов - блок питания IP 66

В В

Преимущества светодиодов перед неоном

1. Освещенность выше на 20,8%!
2. Потребляемая мощность ниже в 5,75 раз!
3. Себестоимость подсветки ниже на 35%!
4. Универсальный размер – всего 15x35 мм!
5. Световой поток - 60 Лм!
6. Удобство монтажа!

Все еще мучаетесь с неоном?

Закажите бесплатные образцы по тел.: (495) 661-8431, или на сайте www.neonlab.ru

Light UP

Neo-Neon™

СВЕТОДИОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

ГИБКИЙ НЕОН
 СВЕТОДИОДНЫЙ ДЮРАЛАЙТ
 ГИБКАЯ СВЕТОДИОДНАЯ ЛЕНТА
 ДЕКОРАТИВНАЯ СВЕТОТЕХНИКА

ТРАНСФОРМАТОРЫ
 КОНТРОЛЛЕРЫ

ТК "Нео-Неон"

(495) 665-48-48

www.supersvet.ru





Компания GCC выпустила сразу две модели лазерно-гравировального оборудования — станки GCC LaserPro S290 20W и GCC LaserPro C180S.

Аппарат GCC LaserPro S290 20W предназначен станок для лазерной маркировки металла. Эта модель разработана для достижения «темной» графики, то есть для более глубокой маркировки на металле. Станок имеет рабочую зону размерами 640мм x 460мм, в которой предусмотрена возможность расширенной гравировки путем открытия передней и задней крышек.

Лазерный гравировальный аппарат LaserPro S290 оснащен высокоскоростным серводвигателем постоянного тока, который обеспечивает точное и быстрое перемещение каретки в сочетании с надежной системой перемещения. Кроме того, лазерная технология DPSS гарантирует LaserPro S290 эффективный рабочий процесс маркировки металла и гравировки пластика.

LaserPro S290 представляет собой усовершенствованную модель уже известного аппарата Spirit ME. Это лазерный гравер планшетного типа, функционирующий на базе твердотельного лазера с диодной накачкой. LaserPro S290 позволяет осуществлять гравировку и маркировку нержавеющей стали, меди, алюминия, титана, железа, серебра, пластмассы, керамики и многих других материалов.

Вторая новинка, лазерно-гравировальный станок GCC Laser Pro C180S, рассчитана на начинающие компании или мастерские с небольшими производственными объемами. Компактный настольный LaserPro C180S позиционируется как профессиональная модель лазерного гравировального станка. В отличие от своей предшественницы, новая модель обладает встроенным столом SmartBOX, ко-

торый предназначен для удобства сбора изделий при резке. SmartBOX — рабочий стол с полостями внутри, благодаря чему готовые изделия не прилипают к основному столу, а проваливаются в углубления, где их затем можно легко собрать. На практике это позволяет значительно сократить время рабочего цикла и, тем самым, повысить производительность.

Комплекс LaserPro C180S предназначен для изготовления табличек, вывесок, номерков, жетонов, подставок, брелоков, бейджей и другой сувенирной и персонифицированной продукции. Модель можно также успешно использовать для изготовления печатей и штампов. Аппарат отличается высокой производительностью, надежностью и высоким качеством гравировки. Практичный и удобный дизайн позволяет с легкостью адаптировать гравер под разные задачи.

Информация представлена компанией «ЛРТ» — официальным представителем GCC на территории России.

Компания NuSign Supply представила пневматический аппарат для установки люверсов iGrommert Air.

Портативное устройство с силой давления 145 psi способно пробивать отверстие в материале и устанавливая в него люверс в одно действие.

В комплекте поставляется пуансон и комплект из 500 люверсов, приемный резервуар для воздуха и воздушный фильтр.

Аппарат совместим с различными рулонными материалами, применяемыми в наружной и интерьерной рекламе, включая баннерную ПВХ-ткань, тентовую ткань и текстиль.



Уникальное справочное издание для производителей рекламы

340 страниц полезной информации!

Для приобретения справочника отправьте купон в издательство «Ар энд Ди Коммуникейшнз» по факсу (495) 234-7494

или соответствующую информацию на e-mail: info@RiDcom.ru.

Стоимость издания с пересылкой по России — 3200 руб.

Дополнительная информация: (495) 772-4467

E-mail:

Телефон:

Плательщик:

Контактное лицо:



HP Designjet H35000 & H45000 Series

УФ-плоттеры HP



Фотографическая УФ-печать с разрешением 1200 dpi и переменным размером капли на рулонных и листовых материалах шириной до 137 см и толщиной до 25,4 мм.



Полностью автоматическая система управления - от загрузки материала до выравнивания печатающих головок, компенсации сбойных сопел и построения ICC-профилей.

Узнайте больше на сайте www.wmts.ru!

Внимание!
АНТИКРИЗИСНОЕ
ПРЕДЛОЖЕНИЕ!

ВМТ-Столица
рекламные материалы и технологии

107564, Москва, ул.3-я Богатырская, д.1, корп.1
Тел.: (499) 169-21-21, (495) 925-76-07
<http://www.wmts.ru> E-mail: sale@wmts.ru

МУТОН

ValueJet
1608 hybrid

Печать по плоским
и рулонным носителям:
преимущества доступные вам!



www.mutoh.ru

MUBIO является единственным экологически безопасными чернилами, признанными Агентством по охране окружающей среды США (EPA)



- ✓ Печать по плоским и рулонным носителям без покрытия;
- ✓ Минимальная себестоимость печати;
- ✓ Запатентованная технология печати Mutoh i² – эталон безупречного качества печати;
- ✓ Экологически безопасные чернила MUBIO для печати по всем видам носителей.*

*MUBIO – универсальные чернила, предназначенные для печати и на плоских, и на рулонных носителях; производится на основе растительного сырья, быстро сохнут (фиксируются), не имеют запаха и не требуют вытяжки.



Фирма ЛЕР
Эксклюзивный дистрибьютор

www.ler.ru, www.ler-expo.ru
e-mail: info@ler.ru

Тел.: (495) 363-67-90
(800) 200-67-90



ОБОРУДОВАНИЕ: РЕКЛАМА

НАРУЖНАЯ

39

...самое большое портфолио в индустрии широкоформатной печати

Вы ищете свежие решения для воплощения новых идей в вашем бизнесе или хотите нарастить ресурсы вашего производства?

Компания HP создала самую широкую линейку продуктов для индустрии широкоформатной печати, чтобы отвечать потребностям печатного бизнеса любого уровня:

принтеры формата wide и super-wide для начинающих типографий, производителей со средними объемами, а также машины класса industrial для предприятий с промышленными тиражами. Принтеры HP призваны экономить время и повышать производительность. Принтеры HP способны печатать практически на любых известных жестких и гибких носителях;

чернила HP, созданные на основе технологий экосольвента, UV и латекса позволяют обеспечить высочайшее качество изображений, комфорт и экологичность вашей работы.

Рекламные и навигационные щиты, постеры, баннеры, вывески, реклама на зданиях, транспорте и лайтбоксах, перетяжки ритейл реклама, репродукции, фотографии, графическое оформление мероприятий, выставок, оконная графика, текстильная графика, декор интерьеров ...

Выбирайте идею...
и подберите именно ваш
принтер HP

Рулонные широкоформатные принтеры



HP DesignJet Z6100 - 1м и 1,5м принтер для печати изображений идеального интерьерного качества: плакаты, чертежи, художественные репродукции, фотографии.



HP DesignJet L6550 (NEW) - первый в мире абсолютно экологически безвредный 2,6-ти метровый принтер. Печать без запаха революционными водными чернилами с лучшей скоростью до 70м/час, для уличных и интерьерных изображений.



HP DesignJet 9000/9000/1000 - 1,8м и 2,6м принтеры. Высококачественная печать любых изображений для уличного и интерьерного применения.



HP Scitex XL1200/1500 - многофункциональные принтеры с рабочим полем 3,2м и 5м с необычайно высокой самокупаемостью.



HP Scitex T18350 - 1,6ти метровый принтер барабанного типа для больших объемов производства печати фотографического качества, включая POP. Скорость до 480м/час. Печать рулонная на лист и двусторонняя. Производит резку листов.



HP Scitex XP2100/5100 - 3,2 и 5ти метровые принтеры для высококачественной печати на высоких скоростях на жестких и гибких носителях без ограничения по длине.



HP Scitex XP2300 NEW/5300 - принтеры шириной 3,2м и 5м сфокусированы на высокой производительности (до 233/300м/час) и очень низкой стоимости печати (до 180 м/литр чернил).



HP Scitex XP2700 - принтер с рабочим полем 3,2м сфокусирован на превосходном качестве печати с хорошей производительностью до 110м/час.



HP Scitex T18550 - 1,6ти метровый принтер барабанного типа для больших объемов производства печати фотографического качества включая POP. Скорость до 480м/час. Печать рулонная на лист и двусторонняя. Производит резку листов.

Гибридные и планшетные принтеры



HP DesignJet H35500/45500 - 1,3 м гибридный принтер. Экономичное решение для небольших/средних объемов печати. С компактными габаритами и потрясающей универсальностью. Печатают на жестких и гибких носителях.



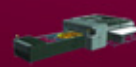
HP Scitex FB950 (NEW) - Доступное промышленное решение хорошего качества.



HP Scitex XP2750 (NEW) - Высокое качество печати рулонного принтера со столом для планшетной печати на жестких материалах. (Ширина печати до 3,2 м на рулонах до 2,5м на листовых)



HP Scitex FB6100/6050 (NEW) - 3,2м гибридный/планшетный принтеры с высоким качеством печати и возможностью печатать на множестве носителей со скоростью до 100м/час.



HP Scitex FB7500 (NEW) - Многофункциональный планшетный принтер для очень высоких производственных объемов. Скорость до 500м/час. С опцией финишной обработки.



HP Scitex FB6700 - Высокопроизводительный планшетный принтер (рабочее поле 1,5*3,2м) с полностью автоматической системой управления. Скорость печати до 150м/час

Контакты партнера HP в России:
ЛРТ
Москва, 125438
Ул. Лихоборская набережная, 6
Тел: +7 (495) 730-51-18, 223-03-89, 787-05-44
Факс: +7 (495) 456-47-78
E-mail: info@lrf.ru
URL: www.lrf.ru

ЛРТ-Нева
Санкт-Петербург, 194044
Ул. Александра Матросова 10
Тел: +7 (812) 633-09-98, 718-32-58
Факс: +7 (812) 718-32-58
E-mail: neva@lrf.ru
URL: www.lrf-neva.ru



Хотите сделать эффективной
почтовую рассылку
своих рекламных материалов?

Рассылайте
вместе с журналом **НАРУЖКА** →

Вы можете разослать

образцы своей продукции, рекламные
брошюры, прайс-листы, листовки и др.

*Вы можете воспользоваться любой выборкой от 500
до 10.000 адресов, выбрав для рассылки*
рекламные агентства, производителей
наружной рекламы, потенциальных заказчиков
рекламы, VIP-заказчиков и т. д..

Наши базы данных проверяются ежемесячно,
а потому имеют минимум возвратов.

Вы разделите наши расходы по рассылке, а
потому для вас *стоимость услуги будет меньше*,
чем если бы всю работу вы проделали
самостоятельно.

Кстати, для рекламодателей «НАРУЖКИ» —
дополнительные скидки!

За справками обращайтесь: (495) 234-74-94
E-mail: info@RiDcom.ru

Широкоформатные УФ принтеры **FLORA**

Digital Printing System

от ГК «Континент»

НОВЫЕ ЦЕНЫ
со склада в Москве!



F1-180UV

- производительность до 32м кв/час
- разрешение до 1200x1200dpi
- капля от 6 до 90pl
- печатающие головки Toshiba
- цветовая модель CMYK+W

Сервисное обслуживание, обучение, запасные части, чернила



КОНТИНЕНТ

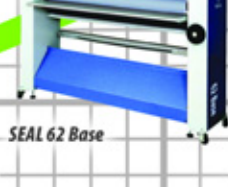
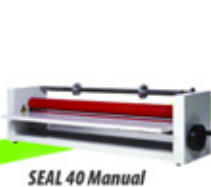
Москва т/ф. (495) 638-56-00; 225-60-32
Владивосток т/ф. (4232) 790-590
info@kontinent-m.ru www.kontinent-m.ru

SEAL

Рулонные ламинаторы **SEAL** – в помощь Вашему бизнесу

Индивидуальный подход к каждому позвонившему*

- Широкий выбор моделей – от начального уровня до универсальных;
- Большие возможности по выполнению горячих и холодных
финишных операций;
- Ширина рабочего поля ламинаторов до двух метров;
- Финишная обработка подложек толщиной до 50 мм;
- Продуманный дизайн для удобства работы пользователя;
- Сочетание надёжности, качества и доступной цены;
- Всесторонняя система безопасности.



Фирма ЛП

Тел.: (495) 363-67-90, 8-800-200-67-90
www.ler.ru, www.ler-expo.ru, e-mail: info@ler.ru

*Специалисты Фирмы ЛПР подготовят индивидуальное предложение на заинтересовавшую Вас модель рулонного ламинатора SEAL и подберут оптимальные материалы для финишной обработки.



ОБОРУДОВАНИЕ: РЕКЛАМА

НАРУЖКА



КОМПАНИЯ ТЕХНОГРАФИКА

115093, г. Москва, ул. Павловская, д. 21
тел./факс: (495) 225-50-43 (многоканальный)

344101, г. Ростов-на-Дону, ул. Профсоюзная, д. 45
тел./факс: (863) 2009-549 (многоканальный) www.t-g.ru

ШИРОКОФОРМАТНЫЕ ПРИНТЕРЫ **Wit - Color Digital**



Ultra 1000 - на печатающих головках SPECTRA Skywalker

Ultra 2000 - на печатающих головках XAAR 382

Ultra 720T - на печатающих головках XAAR 128-360+

3D Фрезерно - гравировальное оборудование **TechnoCNC (USA) WOODPECKER**



Лазерно - гравировальные машины **LaserLine**



Режущие плоттеры **LIST**



Полный комплекс услуг:

- Установка
- Обучение персонала
- Сервисное обслуживание в регионах
- Построение цветовых профилей
- Сервис для печатающих головок

Сервисные инженеры компании сертифицированы предприятиями изготовителями.



Расходные материалы

Расходные материалы для интерьерной (пигментной) печати

Расходные материалы для широкоформатной сольвентной печати

Фрезы, граверы, цанги

Расходные материалы для лазерно-гравировальных станков

Расходные материалы для режущих плоттеров (каттеров)



КОМПАНИЯ
ТЕХНОГРАФИКА



СТАНКИ

модели для любого бюджета и различных областей применения

ПРИНТЕРЫ

интерьерные и широкоформатные



ЛАЗЕРЫ

гравировка и резка широкого спектра материалов



ПЛОТЕРЫ

АЛТИМА
группа компаний



ДИОДНЫЕ МОДУЛИ

КЛАСТЕРЫ

ТРУБЫ

ЭКРАНЫ

ПОДСВЕТКА ПРИ ПОМОЩИ
РАЗЛИЧНЫХ ИСТОЧНИКОВ
КОНТРОЛЛЕРЫ



ВСЕ НЕОБХОДИМЫЕ
КОМПЛЕКТУЮЩИЕ

МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

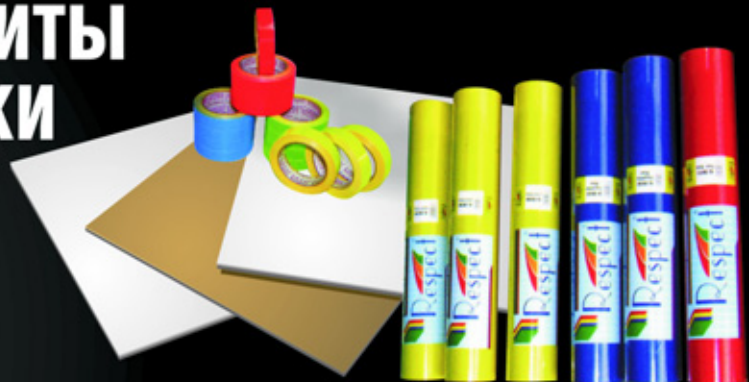
КОМПОЗИТЫ

ПЛАСТИКИ

ПЛЕНКИ

БАНЕРЫ

КРАСКИ



www.altima-sign.ru
e-mail:altima@aha.ru

127550, Москва, ул. Прянишникова, д. 19 А, стр. 4
Тел./факс: (495) 727-18-94 (многоканальный)



0% кредит*

Торговая компания «РК»

Лазерный комплекс **GRAPHIQ™ 250 CNC**

В НАЛИЧИИ
на СКЛАДЕ!!!



250 CNC
2 900 000 руб.

ОСНОВНЫЕ ТЕХНИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

- максимальная технологическая мощность 250 Вт
- точность позиционирования - 0,05 мм
- ширина реза - 0,6 мм
- рабочая поверхность стола, 1250 x 2500 x 100 (Z) мм

КОМПЛЕКТАЦИЯ

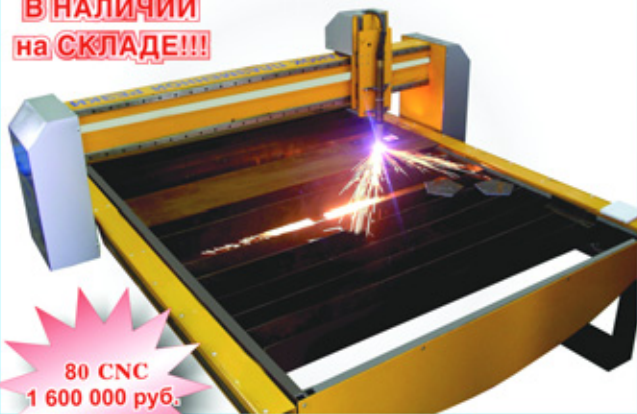
- система охлаждения (вода-фреон-воздух)
- твердотельный лазерный модуль с магистральным световодом
- система управления: контроллер с шаговыми двигателями

ОБРАБАТЫВАЕМЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Сталь конструкционная, толщина до 3 мм
 Сталь коррозионно-стойкая 12 X 18Н10Т до 2 мм
 Сплав алюминиевый АМг, Д16Т до 2 мм

Станок плазменной резки **GRAPHIQ™ 80 CNC**

В НАЛИЧИИ
на СКЛАДЕ!!!



80 CNC
1 600 000 руб.

ОСНОВНЫЕ ТЕХНИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

- тип привода- шаговые двигатели
- скорость резки до 180 мм/сек.
- ток плазмотрона, max - 80А
- толщина разрезаемой детали, сталь - от 0,5 - 25,4 мм
- рабочая поверхность стола, 2550 x 1320 x 150 (Z) мм

КОМПЛЕКТАЦИЯ

- контроллер движения «ShopBot»
- плазменная горелка «Power Max 1260», Hiperterm (США)
- в комплекс входит: компрессор с блоком фильтров тонкой очистки воздуха

ОБРАБАТЫВАЕМЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Сталь конструкционная
 Сталь коррозионно-стойкая и титан

3D фрезерно-гравировальные станки **PK 1000 / PK 203 / PK 204 S**

В НАЛИЧИИ
на СКЛАДЕ!!!



PK 1000 - 1 300 000 руб.
PK 204S - 1 121 000 руб.
PK 203S - 935 000 руб.

ОСНОВНЫЕ ТЕХНИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

- точность позиционирования - 0,05 мм
- трансмиссия: шарико-винтовая пара Z, зубчатая передача X,Y
- система управления: контроллер и шаговые двигатели
- **PK 1000** - усиленная жесткость конструкции балки и станины

КОМПЛЕКТАЦИЯ

- вакуумный насос 9,2 кВт
- система удаления стружки
- шпиндель 2,2 - 3,7 кВт Colombo, обороты шпинделя до 24 000 об/мин

ОБРАБАТЫВАЕМЫЕ МАТЕРИАЛЫ

различные виды пластика
 алюминиевые композитные панели
 МДФ дерево латунь бронза фанера оргстекло

*** Условия предоставления кредита по телефону: (499) 123 - 4388**

ООО «РК - ТРЭЙД», 117152, г. Москва, Севастопольский проспект, д.7, корп.9.

Тел.: (499) 123-4388, 123-3466; 8-800-200-1999 (беспл. для регионов РФ)

E-mail: info@rkmarket.ru

К десятилетию издания «НАРУЖКА». Год шестой

Если судить по числу оригинальных решений, инноваций и темпам роста, которыми был ознаменован 2005 год в истории современной российской наружной рекламы, этот период по праву можно назвать «золотым». Как и прежде, «Наружка» неизменно освещала особо значимые достижения отрасли на своих страницах. В этот раз мы возвращаемся к наиболее примечательным публикациям, увидевшим свет на страницах издания четыре года назад.

#53-11-2004

«Приглашаются манекены на роль монтажников»

«Компания News Outdoor Russia по заказу агентства A.R.M.I. проводит нестандартную рекламную кампанию новой цифровой фотокамеры SONY на брендмауэрах.

При продвижении на рынке нового фотоаппарата PSC-W1 компания SONY решила использовать большой жидкокристаллический дисплей. Чтобы выделить рекламное сообщение из общего информационного потока и попутно сделать достоинство конкретного продукта запоминающимся, компания нашла нестандартное решение. Для акцентирования величины экрана на брендмауэре размером 11 x 10,5 м двое альпинистов при помощи линейки измеряют дисплей фотокамеры. В роли альпинистов выступают манекены, облаченные в оранжевые спецовки. Для полного правдоподобия на поясах у них висят настоящие инструменты монтажников.

Кастингом и дизайном одежды для манекенов, а также их размещением занималась компания News Outdoor Russia. В рамках кампании по заказу агентства A.R.M.I. в ближайшее время дополнительно будет смонтировано два аналогичных брендмауэра».

От редакции. Один из принципов работы компании News Outdoor Russia, крупнейшего российского оператора наружной рекламы, — привлечение ведущих специалистов отрасли к решению стоящих перед предприятием вопросов и к достижению корпоративного успеха. Сформированный в 2002 году дивизион уникальных конструкций News Outdoor Russia реализовал немало примечательных проектов, будь то огромные рекламные муляжи «Чудо-йогурта» или настенное панно с оригинальными экстендерами для «Пивоварен Ивана Таранова». Нестандартный подход к воплощению креативных идей всегда выгодно выделял подобные установки и позитивно влиял на имидж наружной рекламы в целом.



#54-12-2004

Рекламная радуга на базе прожекторов

«В России появился первый проект с использованием прожекторов цветодинамического освещения. В Москве в сентябре этого года на Пушкинской площади зажглась разноцветными огнями крышная установка компании Rambler.

Проект осуществлен компанией «Гельветика» по заказу Defi-Russie, поставка и установка прожекторов для данной конструкции были осуществлены компанией «ДСЛ».

Подсветка в этой установке организована следующим образом: через отверстия в натянутом на каркас экране «просачивается» свет цветодинамических прожекторов Kolorclip компании Griven. Остальная область вокруг букв Rambler покрыта синей, не пропускающей свет пленкой. Чтобы световые пятна не смешивались, вокруг каждого символа установлен короб, внутри которого находятся собранные в синхронно работающие группы по два-три прожектора. Оригинальное устройство — цветовой микшер, при помощи работы высокоточного мотора и комбинации составляющих дихроичных светофильтров cyan, yellow, magenta позволяет получать на выходе любой оттенок цвета. Приборы имеют еще и диммер (устройство регулирования яркости) и обладают ручной и дистанционной фокусировкой. Прожекторы Kolorclip работают по заложенной во внешнем пульте управления программе, позволяющей трансформировать цвет и время его перехода. Анимация по желанию клиента будет изменяться два раза в месяц, что позволит решить проблему привыкания».

От редакции. Пожалуй, это один из редких случаев использования данного инновационного решения для внутренней подсветки рекламных конструкций. Несмотря на то, что разработки компании Griven продолжают успешно использоваться в архитектурном освещении различных зданий и сооружений, для цветодинамической подсветки объемных букв и знаков в





крышных установках в наши дни все чаще применяются значительно более экономичные и более простые в эксплуатации светодиодные модули.

55-02-2005

Сольвентный планшетник из Германии

«В ноябре 2004 года на выставке «Полиграфинтер-2004» компания «Транспринт-Каппадона» представила на российском рынке новую разработку немецкой фирмы Tamprorprint — широкоформатный цифровой струйный принтер DMD EP1600 с пьезоструйной технологией печати сольвентными чернилами.

В принтерах Tamprorprint используется специальная разработка — система жесткого подвижного стола с прецизионным перемещением для изделий весом до 150 кг. Принтер может печатать на любой поверхности и практически на любом материале. В отличие от предыдущей модели DMD U1500 установка высоты печати увеличена до 500 мм (ранее — 100 мм). Разрешение: до 1440 dpi, размеры печати 1500 x 2500 мм. Основное применение принтера — печать фотореалистичных изображений на различных металлизированных и обычных пластиках, прозрачных пластиках, картонах и изготовленных уже из них изделиях без прикатки самоклеящейся пленки. Область применения: готовые мебельные изделия, наружная реклама, стеклянные витрины, а также различные эксклюзивные дизайнерские решения, например, печать на облицовочном камне».

От редакции. Аппарату DMD EP1600, еще одному планшетному сольвентному принтеру на базе печатающих головок Epson, не удалось стать столь же успешной разработкой компании Tamprorprint (Германия), как ее системы для тампопечати, пользующиеся популярностью в нашей стране и сегодня. Даже обновленную версию машины разработчик позиционировал исключительно как «оборудование, конструируемое под заказ», а ее продвижение в России по сути было прекращено. Что ж, для прямой печати по листовым носителям, главным образом востребованной на рынках интерьерной рекламы и оформления внутренних пространств помещений, возможности современной UV-печати как более экологически безвредной значительно более предпочтительны.

56-03-2005

Объемы наружки в России за год выросли на треть

«По данным Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) объем рекламы в средствах ее распространения в 2004 году вырос на 33% и составил \$3 млрд 855 млн. Из них 18,3% приходится на наружную рекламу — \$710 млн (прирост по сравнению с прошлым годом составил 34%). Отдельно был оценен рекламный рынок BTL-услуг: его объем превысил \$1 млрд.

Объем рекламы в региональных средствах распространения рекламы, включая московский региональный рекламный рынок, в 2004 году превысил отметку в \$1 млрд, что составило 28% от всего рынка. Крупнейшим региональным центром, естественно, является Санкт-Петер-



бург, рекламный рынок которого превысил \$200 млн, далее идут Екатеринбург, Новосибирск, Самара, Красноярск и т. д. Суммарный объем рекламных рынков городов-миллионеров (без Москвы и Санкт-Петербурга) составил более \$300 млн, 20 городов-полумиллионеров (население от 500 тыс. до 1 млн человек) — \$210 млн».

От редакции. Вспомним, что по оценкам этой же ассоциации российский рекламный рынок в 2002 году достиг объема в \$2600 млн, из них на наружную рекламу приходилось всего \$280 млн, т. е. приблизительно в 2,5 раза меньше, чем в 2004-м. «Золотые времена» для отечественной наружки длились вплоть до 2007 года, после чего ежегодные темпы роста рынка стали снижаться. Увы, в настоящее время sign- и outdoor-индустрии в России переживают не лучший период. Впрочем, ряд экспертов отрасли уже склонны предрочить стабильность, чем бурные и не поддающиеся прогнозам взлеты и падения... Вполне возможно, что именно на пути к более-менее достоверной предсказуемости объемов и находится становление рынка наружки в нашей стране.

57-04-2005

x3d: реклама в полном объеме

«Рекламная группа NFQ представила новый для России формат рекламного носителя — плазменные панели x3d. С их помощью на рынке коммуникативных услуг появилась принципиально новая возможность презентации товара или услуги, благодаря которой потребитель может рассмотреть рекламный продукт «со всех сторон».

Плазменные панели x3d обеспечивают объемное трехмерное изображение на экране без каких-либо дополнительных приспособлений (уже традиционных стереочков, шлемов и др.) Оригинальной технологией x3d решена одна из главных проблем стереовидения — зависимость качества картинки от положения зрителя. Объемное изображение на панелях x3d четко видно с разных углов зрения и сохраняется, даже если зритель движется».

Уже в феврале первую стереорекламу увидели посетители суперкинотеатра Nescafe IMAX, в фойе которого были вывешены 4 пятидесятидюймовые плазменные панели x3d. Также ее увидели посетители и развлекательного комплекса «Киносфера» и торгового центра «Рамстор-Сити», которые решили пойти в кино или отдохнуть в кафе и барах. В планах установка плазменных панелей нового поколения в других торговых и деловых центрах Москвы. Первыми рекламодателями на плазменных панелях уже стал ряд известных компаний: Panasonic, ОСТ «Черноголовка», Русский банк развития и Collonil».

От редакции. Несмотря на свою инновационность, плазменные панели x3d заняли относительно узкую нишу на рынке indoor-рекламы. Пожалуй, это можно объяснить сложившимися стереотипами восприятия визуальной информации аудиторией. Прямая аналогия — соотношение 3d-кинотеатров и обычных, «классических» кинозалов. Вместе с тем, представляя собой интересное дополнение к различным вариантам продвижения товаров и услуг, панели x3D, несомненно, позволяют рекламодателям преподать свое предложение потенциальным покупателям уникальным способом.

Белые начинают и выигрывают

«Компания VUTEk Inc. выпустила новую модификацию принтера PressVu UV200/600 — PressVu UV200/600 W+.

Данная модификация способна печатать с разрешением 600 dpi на различных рулонных или листовых материалах в четыре краски плюс белый цвет. Дополнительная возможность печати белым цветом поможет производителям широкоформатной рекламы еще больше расширить спектр используемых материалов и предлагаемых услуг.

Принтер PressVu UV200/600 W+ сконструирован на основе модели PressVu UV200/600 и является последним дополнением в растущем семействе принтеров VUTEk, печатающих на основе UV-технологии.

Производственные возможности PressVu UV200/600+ позволяют избежать многих технологических шагов постпечатной обработки и сэкономить на необходимых для этого материалах. Нанесение белого цвета производится одновременно с основными цветами, что исключает повторный прогон материала. Упрощается, например, изготовление рекламной продукции на прозрачных материалах с внутренней подсветкой, так как в этом случае белый цвет, нанесенный фоном на основное изображение, рассеивает свет.

Также PressVu UV200/600+ дает возможность печатать белые изображения и текст напрямую на нестандартных поверхностях (таких как дерево и стекло), на цветных материалах, а также использовать заливку белого цвета в качестве основы для печати на прозрачных и небелых носителях.

PressVu UV200/600+ печатает на материалах толщиной до 4,45 см и шириной до 2 м со скоростью 33 кв. м/час. В настоящее время модель находится в стадии бета-тестирования и в мае 2005 года поступит в продажу. Все ранее установленные машины PressVu UV200/600 могут быть дооборудованы новой опцией — печатью белой краской».

От редакции. Одними из первых производителей UV-принтеров, которые предложили пользователям возможность использовать при печати белую краску, стали компании VUTEk Inc., речь о которой и идет в вышеприведенном фрагменте, и Durst Phototechnik AG. Сегодня же опция «+White» встречается примерно более чем у 56% современных печатных машин, в которых используются UV-отверждаемые чернила. Учитывая, что разработчики широкоформатных принтеров при создании своих систем стремятся к универсальности применения оборудования и тем самым повышению рентабельности аппаратов, при небольших объемах производства печатной продукции функция печати белым цветом действительно позволяет выполнять более широкий круг задач.

59-06-2005

Электроника для неоновых спецэффектов

«Компания Neon.Ru представила на российском рынке сразу несколько новых моделей электронных трансформаторов (страна-производитель — Китай), позволяющих создавать различного типа светодинамические вы-



вески без дополнительной установки контроллеров.

Электронный трансформатор Neon.RU 15/50 Single-end writing function обеспечивает плавное заполнение светом внутри одной трубки, от одного ее края к другому. Мощность трансформатора — 150 Вт, выходное напряжение 15 кВ, выходной ток 50 мА. Другая модель — Neon.RU 10/30 Double-end writing function — обеспечивает аналогичное плавное заполнение трубки светом от краев к середине. Причем и в той, и в другой модели скорость заполнения регулируется. Следующая модель — Neon.RU Automat Flashing Type обеспечивает работу неоновой вывески в режиме мигания.

Все представленные модели электронных трансформаторов могут устанавливаться как в помещении, так и на улице, особенно они подходят для использования в Р.О.С.-конструкциях. Трансформаторы оснащены силиконовым кабелем, гарантия от производителя — 1 год».

От редакции. Электронные преобразователи, представленные четыре года назад вышеупомянутой компанией, в самом деле, произвели фурор на российском рынке световой рекламы. В частности, многие до сих пор помнят фасадное оформление казино «Мираж» на Новом Арбате в Москве, где функционал этих решений можно было воочию оценить в темное время суток. Хочется верить, что в игорных зонах, которые должны были начать работу в этом шлое на территории России, различные варианты игры с газосветом будут реализованы не менее успешно.

60-07-2005

«Мегафон» поселился на ЦДХ

«Москва не перестает удивлять своими проектами, с каждым годом город растет не только вширь, но и ввысь. Не последнюю роль в этом играют и крышные рекламные установки. Они, в свою очередь, одна за другой, бьют рекорды по масштабности и инновациям, опережая не только примеры из российской практики, но и соперничая с известными гигантскими зарубежными проектами. Так, в апреле этого года на крыше комплекса Центрального дома художника на Крымском Валу зажглась новая установка одного из крупнейших операторов сотовой связи — компании «Мегафон», которая не раз уже «взбиралась» на крыши домов, распространяя не только свою сеть, но и узнаваемость бренда. Но не столько удачное место (безусловно, уникальное и эффективное для рекламы) поражает восприятие любого профессионала рекламного дела, сколько беспрецедентная масштабность проекта. Только диаметр логотипа составляет 20 м, высота каждой буквы достигает 12 м. Подобного масштаба неоновой крышной установки еще не наблюдалось. Всего на рекламной установке «Мегафон» — около 7 км неоновых трубок. Общий вес конструкции по проектным расчетам составил около 80 тонн».

От редакции. Как нам недавно стало известно, контракт на размещение рекламной установки «Мегафон» на крыше комплекса ЦДХ истек. Что любопытно, данная конструкция, которая на протяжении нескольких лет встречала посетителей Центрального дома художника, в частности, посетивших выставку «Дизайн и Реклама», на практике подтвердила надежность и стойкость к внешним воздействиям га-



зосветных трубок. По словам специалистов, которые были задействованы в обслуживании установки, за четыре года пришлось поменять не более семи-восьми неоновых элементов, а это лишний раз подчеркивает, что у газосветной рекламы есть свои неоспоримые преимущества, тягаться с которыми пока не под силу ни одной другой технологии получения света.

#61-08-2005

Первое выступление световой проекции

«30 апреля этого года в Москве состоялась беспрецедентная акция — Пасхальная световая проекция на стенах Храма Христа Спасителя. Тысячи москвичей на площади у храма и миллионы телезрителей в России и за рубежом, затаив дыхание, следили, как на его стенах оживают иконы Страстной Седмицы. В скором времени об этой инновации заговорили как о новом слове в наружной рекламе, тем более что одним из организаторов проекта выступила коммуникационная группа Media Arts, один из крупнейших игроков на рекламном рынке. О подробностях проекта рассказал Руслан Семенов, генеральный директор компании Е/Т/С МА Audiovisual Russia, представляющей инновационные технологии динамической световой проекции в России:

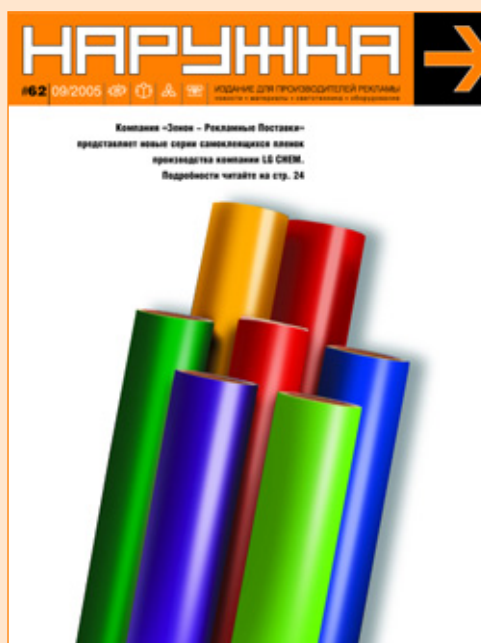
«Идея провести в Москве световую проекцию на внешние стены Храма Христа Спасителя родилась в группе Media Arts. Организатором проекта также выступил Фонд поддержки экономического развития стран СНГ, помогли наши французские партнеры из компании Е/Т/С Audiovisual, которая является как представителем технологии динамической световой проекции на базе проекторов PiGi, так и организатором различных шоу по всему миру. У нас не видео-проекция, а динамическая слайд-проекция. Ключевой особенностью технологии, отличающей ее от лазерных и видеошоу, является практически полная независимость при выборе поверхности, на которую осуществляется проекция изображения. Использование сразу нескольких систем проекционного оборудования, синхронизированных с помощью компьютера, позволяет создать из статичных слайдов динамическое изображение, поражающее своей насыщенностью и реалистичностью. Для стандартных изображений используется слайд 18 x 18 см, который печатается на прозрачной пленке Duraclear с помощью фотопринтера Durst Lambda 130».

От редакции. Световая проекция на стенах Храма Христа Спасителя в Москве стала одним из незабываемых событий в современной истории российского рынка визуальных коммуникаций. Тем не менее, данная технология сегодня применяется главным образом при проведении массовых шоу и культурных мероприятий, а не в качестве одного из средств визуализации наружной рекламы.

#62-09-2005

Модный принтер от SII в «Мире рекламы»

«Группа компаний «Мир рекламы» пополнила свой парк печатного оборудования еще одним современным плоттером. Запущен в работу широкоформатный полноцветный прин-



тер Seiko ColorPainter 64S с шириной печати 1,62 м и реальным разрешением печати 1440 dpi. При таком разрешении Color Painter 64S печатает графику высокого качества в несколько раз быстрее по сравнению с аналогичными моделями других производителей: скорость принтера достигает 64 кв. м/ч».

От редакции. Seiko ColorPainter 64S в середине первого десятилетия XXI века стал настоящим хитом среди сайнмейкеров по всему миру и одной из наиболее коммерчески успешных разработок компании Seiko I Infotech (Япония). Несмотря на то, что реальное разрешение печати у этого принтера составляет все-таки 720 x 720 dpi, качество работы и надежность данного аппарата в самом деле заслуживают высоких оценок. Подтверждением тому стала и заинтересованность в поставках систем под собственным брендом на базе Seiko ColorPainter 64S таких корпораций, как Ose и Hewlett-Packard. Что же касается создателя этой модели, компании Seiko I Infotech, в начале текущего года японский разработчик представил не менее привлекательный аппарат, по своим эксплуатационным качествам превосходящий возможности прежнего лидера продаж — Seiko ColorPainter H-104s. Насколько популярной станет новая модель, покажет время.

#63-10-2005

Листовой ПВХ отечественного производства

«Компания «Юнайтед Экструджн» ввела в эксплуатацию первое в России производство вспененного ПВХ-листа. Над созданием этого производства работали фирмы Германии, Австрии, США, Бельгии и Швейцарии.

Мощность первой очереди комплекса позволяет выпускать до 500 тонн высококачественного листового ПВХ, как вспененного (толщиной от 2 до 24 мм), так и жесткого (толщиной от 1 до 6 мм). Ширина листа составляет 2,05 м, длина может варьироваться в зависимости от потребностей клиента. При производстве продукции используется европейское сырье. Управляется производственный процесс уникальной цифровой системой управления.

Начальные производственные площади составляют около 4000 кв. м, включая отапливаемый складской комплекс, оснащенный двумя 1,5-тонными и одним 5-тонным погрузчиком. Данное производство позволит отечественным торговым компаниям освободиться от возможных проблем, связанных с ввозом импортных аналогов, что, в свою очередь, даст конечному потребителю гарантию стабильности цен и качества, и, главное, сможет обеспечить постоянное наличие материала на российском рынке».

От редакции. В последующие годы компания «Юнайтед Экструджн» не только активно наращивала свои производственные мощности, но и расширяла ассортимент выпускаемого листового ПВХ. Так, в ноябре 2008 года на заводе предприятия была запущена в эксплуатацию уже третья экструзионная линия, что обеспечило возможность производить до 1200 т ПВХ-листов в месяц, а в текущем году в ряду пластиков «Упекс» появились цветные и ко-экструзионные материалы. Деятельность реальных отечественных производителей, чья продукция нацелена на российских сайнмейкеров, конечно же, может только приветствоваться.



ФИРМА	ТЕЛЕФОН	ФАКС	САЙТ	ВИДЫ ПРОДУКЦИИ
WeMaTec	981-49-63/66/67	981-49-63/66/67	www.wmt.ru	Материалы для рекламы, полный ассортимент, качественные услуги, новый склад, новые возможности.
DioStar	987-39-14	987-39-14	www.diostar.ru	Мобильные стенды (Roll-Up, Pop-Up, X-banner, буклетницы, флаштоки). Материалы для ш/ф и интерьерной печати (баннер, сетка, пленка, бэклит, холст)
NEOTEC	363-4503	363-4503	www.neotec.ru	Листовые материалы: пластик, акриловое стекло, алюминий, пенокартон, пеноалюминий.
WE R.SUPPLY	(495)363-93-39	(495)775-60-84	www.wersupply.ru	Оборудование и расходные «EGL» и «Siet» для производства неоновых вывесок. Светодиодные модульные системы «ELF» и «General Electric». Листовые материалы
АМТ-ТИМ	788-8302, 489-8506, 489-1128	788-8302, 489-8506, 489-1128	www.amt-team.ru	Оргстекло, пластики, ПВХ, пленка ORACAL, полистирол, поликарбонат, штендеры, ALS-профили, комплектующие для изготовления рекламы.
БОЛЬШАЯ БУКВА	797-8858	797-8858	www.bigbukva.ru	Серийное производство световых и несветовых объемных букв
ВЕКА Рус	(495) 777-5377	(495) 777-5377	www.veka.com	Производство листовых пластиков ПВХ VEKAPLAN и оконного профиля ПВХ.
ВМТ-Столица	(499) 169-21-21, 925-76-07	(499) 169-21-21, 925-76-07	www.wmts.ru	Носители для широкоформатной наружной и интерьерной печати и резки плёнки. Оргстекло, пластик, пенокартон.
ГК Континент	(495)638-5600; (495)225-60-32	495)638-5600; (495)225-60-32	www.kontinent-m.ru	Баннерные ткани (Frontlit; Blockout; Backlit), сетки, вспененный ПВХ пластик, самоклеющиеся пленки, фотобумага, холсты, композитные панели. Материалы 3М: пленки, агезивы, клеевые составы. Сольвентные чернила.
ДЕСТЕК	517-93-32	502-78-04	www.destek.ru	Производство и реализация органического (акрилового) листового стекла PLEXIGLAS
ЗЕНОН-Рекламные Поставки	788-1133, 925-0506	788-1133, 925-0506	www.zenonline.ru.	Световозвращающие материалы, самоклеющиеся пленки, виниловые и полиэстровые ткани, материалы для термопереноса, жесткие листовые материалы, чернила.
ЛИР	363-6790	958-4990	www.ler.ru	Материалы и чернила для широкоформатной наружной и интерьерной печати. Ламинирующие пленки. Ножи для режущих плоттеров, граверы и фрезы.
ЛНТ-СТИЛЬ г. Казань	(843) 512-94-38, 516-84-58/59	(843) 516-84-58	www.lnt.net.ru	Недорогие алюминиевые и ПВХ-профили собственного производства, комплекты для крепления постеров, КВАДРО, МИЛИКЕН, профили для композита. Световые панели, табло и бегущие строки.
ЛРТ	787-0544, 730-5118	787-0541	www.lrt.ru	Пленки для режущих плоттеров, расходники для широкоформатной печати. Пленки: двусторонние самоклеющиеся, ламинирующие, монтажные, для шелкографии. Пластики, профили, баннеры, светотехника.
ОРАКАЛ – Трейдинг	(812) 380 85 79	(812) 380 85 79	www.oracal-trading.ru	Весь ассортимент продукции компании ORAFOL: пленки марок ORACAL, ORAJET, ORABOND, ORATAPE, ORAMASK, ORALUX, ORAGUARD, ORAFIX, ORAFILM, ORALITE.
ОРГСТЕКЛО	725-0867, 725-3338, 916-8598, 972-9521	725-0867, 725-3338, 916-8598, 972-9521	www.orgsteklo.ru	Листовые пластики: оргстекло, поликарбонат, полистирол, ПВХ, ПЭТ, трубы и стержни из оргстекла, средства по уходу за пластиком, самоклеющаяся пленка, клей для пластиков.
РекКомплект	991-5103, 662-0576, 709-2670/71	991-5103, 662-0576, 709-2670/71	www.rekkomplekt.ru	Алюминиевые композитные панели для рекламы и строительства, алюминиевая система крепления панелей.
Торговая компания «РК»	(499)123-4388, 123-3466, 127-9077, 8-800-200-1999	(499)123-4388, 123-3466, 127-9077, 8-800-200-1999	www.rkmarket.ru	Алюминиевые композитные панели, пенокартон, листовой ПВХ, акрил, оргстекло, неоновые комплектующие, профили Nielsen, алюминиевые профили, пластики для гравирования, баннерные ткани.
Техно-графика	225-5043	225-5043	www.t-g.ru	Пластик для лазерной и механической гравировки, баннерные пленки сетки ткани, чернила для сольвентных принтеров ХААР(360 + ;128; 200), фрезы, цанги, граверы.
ФорДА	(812) 380 85 55, 380 85 54	(812) 380 85 55, 380 85 54	www.forda.ru	Самоклеющаяся пленка, ПВХ-плиты, полистирол, пенокартон, полиэстер, акриловое стекло, композитные панели, СПК; пластиковые и алюминиевые профильные системы; флаштоки.



СВЕТОТЕХНИКА ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА РЕКЛАМЫ



СДЕЛАЙТЕ ЗАКАЗ

НАРУЖКА

50

ФИРМА	ТЕЛЕФОН	ФАКС	САЙТ	ВИДЫ ПРОДУКЦИИ
NEOTEC	363-4503	363-4503	www.neotec.ru	Галогеновые, люминесцентные лампы и арматура к ним. Расходные материалы для неона, дюралайт, беллайт и др.
WeMaTec	981-49-63/66/67	981-49-63/66/67	www.wmt.ru	Комплектующие для производства и монтажа неона, люминесцентные лампы, декоративные осветительные системы, строб-лампы, светодиодные системы подсветки, осветительное оборудование Lanzini, прожекторы, светильники.
WE R.SUPPLY	(495)363-93-39	(495)775-60-84	www.wersupply.ru	Светодиодное оборудование «ELF», модульные системы и комплектующие. Источники света General Electric. Оборудование и расходные для производства неоновых вывесок.
Альтима	727-1894 многоканальный	727-1894	www.altima-sign.ru	Материалы для изготовления диодной подсветки, диодные экраны. Системы управления и блоки питания.
ВМТ-Столица	(499) 169-21-21, 925-76-07	(499)169-21-21, 925-76-07	www.wmts.ru	Люминесцентные, газоразрядные и галогеновые лампы. Комплектующие VS. Декоративное освещение. Светодиодные модули. Материалы для производства неона.
ЗЕНОН-Рекламные Поставки	788-1133, 925-0506	788-1133, 925-0506	www.zenonline.ru.	Люминесцентные лампы, ПРА, арматура, стартеры, провод, металлогалогеновые прожекторы, светодиоды, блоки питания, декоративная светотехника.
Лайт Ап	661-84-31	661-84-31	info@neonlab.ru	Частичка сияния ночного города: яркие накладные светодиодные стробоскопические лампы - 300 руб. Предложение ограничено
Нео-Неон	665-48-48	665-48-48	www.supersvet.ru	Декоративное освещение: дюралайт, световые занавеси, стробы, сетки, гирлянды, садовые светильники, световая продукция и др.
Торговая компания «РК»	(499)123-4388, 123-3466, 127-9077, 8-800-200-1999	(499)123-4388, 123-3466, 127-9077, 8-800-200-1999	www.rkmarket.ru	Светодиодные модульные системы, RGB модули, электронные ПРА, трансформаторы для неона F.A.R.T., TRIGHT, неоновые комплектующие, стробы, галогеновые, люминисцентные лампы и арматура к ним.
ФорДА	(812) 380 85 55, 380 85 54	(812) 380 85 55, 380 85 54	www.forda.ru	Люминесцентные лампы и комплектующие, прожектора, светодиодные системы, декоративная светотехника Neo-Neon.

ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА РЕКЛАМЫ



ФИРМА	ТЕЛЕФОН	ФАКС	САЙТ	ВИДЫ ПРОДУКЦИИ
WE R.SUPPLY	(495)363-93-39	(495)775-60-84	www.wersupply.ru	Неоновые заводы, фрезеро-гравировальное оборудование «MultiCam», вакуумно-формовочное оборудование «Tools Factory», оборудование для лазерной резки, листогигибы, режущие плоттеры, оборудование для печати на жестких материалах.
Альтима	727-1894 многоканальный	727-1894	www.altima-sign.ru	Неоновые заводы, фрезерно-гравировальные станки. Формовочное оборудование. Лазерные граверы.
ВеМаТек- Стройтехнология	981-49-65	981-49-65	www.r-tec.ru	Печатающие и режущие плоттеры, гравировально-фрезерное оборудование, 3D сканеры, расходные материалы.
ВМТ-Столица	(499) 169-21-21, 925-76-07	(499) 169-21-21, 925-76-07	www.wmts.ru	Весь спектр техники Roland — широкоформатные печатающие и режущие плоттеры, гравировальные и гравировально-фрезеро-гравировальные станки, запчасти и аксессуары.
ГК Континент	(495)638-5600; (495)225-60-32	495)638-5600; (495)225-60-32	www.kontinent-m.ru	Широкоформатные принтеры, фрезеро-гравировальное и лазерное оборудование, ламинаторы, режущие плоттеры, принтеры печатающие водными и пигментными чернилами.
ЗЕНОН-Рекламные Поставки	788-1133, 925-0506	788-1133, 925-0506	sales@zenonline.ru.	Широкоформатные принтеры, режущие плоттеры, термопрессы, фрезерно-гравировальное оборудование, лазерные граверы, сувенирные принтеры.
Искусство линий, творческая мастерская	739-5523	153-2211	www.isklin.ru	Печать на OCE Arizona T220, фрезеровка и резка на Aristomat Liberty 1317.
ЛИР	363-6790	958-4990	www.ler.ru	Широкоформатные струйные и режущие плоттеры. Сканеры. Ламинаторы. Гравировально-фрезерные станки. Программное обеспечение.
ЛРТ	787-0544, 730-5118	787-0541	www.lrt.ru	Режущие плоттеры и ножи к ним, лазерно-гравировальные машины, фрезеро-гравировальное оборудование, фрезы, сольвентные струйные плоттеры.
Торговая компания «РК»	(499)123-4388, 123-3466, 127-9077, 8-800-200-1999	(499)123-4388, 123-3466, 127-9077, 8-800-200-1999	www.rkmarket.ru	Фрезерно-гравировальные; лазерно-гравировальные, плазменные, листогигибы, вальцы, трубогигибы, плоттеры, приводы вращения. Неоновые заводы DACO.
Техно Графика	225-5043	225-5043	www.t-g.ru	Трехмерные гравировально-фрезерные системы, режущие плоттеры, широкоформатные сольвентные принтеры, термопрессы, расходные материалы. Сервис. Обучение.
ФорДА	(812) 380 85 55, 380 85 54	(812) 380 85 55, 380 85 54	www.forda.ru	Широкоформатные принтеры и режущие плоттеры Roland, широкоформатные универсальные UV-плоттеры Ose, 3D-оборудование Roland, оборудование для термопереноса.



СДЕЛАЙТЕ ЗАКАЗ

НАРУЖКА

51



СКОРО В НОМЕРЕ



Немногим более 30 лет назад в Тайване была создана компания по разработке светотехнических устройств, деятельность которой можно было смело назвать «бизнесом одного человека». К настоящему времени это предприятие защитило уже более 350 патентов, а в штате компании — свыше 25 сотрудников, из которых более 300 — инженеры, создающие новые технологические решения. Примечательно, что название одной из разработок этой фирмы начиная с конца 1990-х годов прочно вошло в технический жаргон специалистов в области наружной рекламы и вывесок в нашей стране. О подходе к ведению и организации бизнеса и истории развития данной компании мы расскажем в нашем октябрьском выпуске.



Осенью 2008 года сайнмейкеры, тесно работающие с неоном, а также производители комплектующих для газосветной рекламы и независимые исследователи решили привлечь внимание общественности к неону как источнику света, который не только не устарел морально, но и имеет весомые преимущества перед, казалось бы, прогрессивными и энергосберегающими светодиодами. Между тем совершенствования в области LED-технологий не прекращаются, и те показатели эффективности и затрат, которые были для светодиодов характерны еще год назад, сегодня уже для передовых разработок не применимы. Мы решили предоставить слово представителям каждой из сторон в очередном раунде «Диоды против неона».



В конце сентября один из ведущих мировых производителей оборудования для широкоформатной печати намерен представить миру свою новейшую разработку, которая, как заявляется, приведет к ощутимым переменам на рынке и позволит печатникам и печатающим компаниям дифференцировать себя в глазах клиентов. Столь уверенное утверждение невольно вызывает сомнения. Что будет представлять это новое решение для производства коммерческой графики? И насколько данная новинка действительно будет способна изменить мир широкоформатной печати? Об этом можно будет прочитать в ноябрьском выпуске журнала «НАРУЖКА. Издание для производителей рекламы».



БЕСПЛАТНАЯ ПОДПИСКА НА ЖУРНАЛ «НАРУЖКА. ИЗДАНИЕ ДЛЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ РЕКЛАМЫ»

Название организации

Сфера деятельности

Телефон факс

Почтовый адрес: индекс город

улица, дом

E-mail

Наш адрес:
129164, Москва, ул. Маломосковская, 2, корп. 1.
«Ар энд Ди Коммуникейшнз». Тел./факс: (495) 234-7494.

ВНИМАНИЕ!

Предпочтительнее получение вашей информации по электронной почте: info@RiDcom.ru

У нас есть решения для снятия статики от компании **FRASER Anti-Static Techniques Ltd.**

ИЗМЕРИТЕЛИ СТАТИКИ

приборы для электростатического контроля, включая измерители статического электричества, сопротивления материала и контроля работы ионизаторов. Единственный в мире измеритель статики для потенциально взрывоопасных сред.

ФИБРОВЫЕ ЩЕТКИ

и множество других пассивных устройств снятия статики с возможностью гибкого выбора длины и физических свойств.

ИОНИЗИРУЮЩИЕ ПЛАНКИ

широкий спектр от 10 см до 4 м с возможностью выбора высоты и способа крепления

БЛОКИ ПИТАНИЯ

для всего спектра активных устройств с различной мощностью и количеством подключаемых одновременно приборов.

ИОНИЗАТОРЫ IONSTORM

для снятия статики на рабочих столах, оборудовании и материалах с расстояния от 1 метра.

РУЧНЫЕ ЩЕТКИ

различных размеров для снятия статики и удаления пыли с материалов и оборудования.

ИОННЫЕ ПИСТОЛЕТЫ

объединяют преимущества ионизатора и воздушной форсунки и гибкость в связи с возможностью оператора обрабатывать различные поверхности.

ПНЕВМОФОРСУНКИ

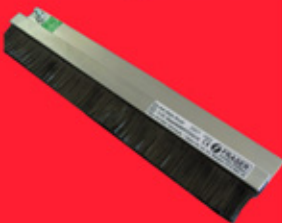
совмещение воздушной форсунки с ионизатором позволит стационарно снять статику на нужном участке Вашего оборудования или производственного помещения.

ПНЕВМОРАКЕЛИ

заряженной ионами плотной струей воздуха снимается пыль и грязь и заряд статики с любой движущейся поверхности.

И МНОГОЕ ДРУГОЕ...

включая продукцию, сертифицированную для работы в потенциально взрывоопасных средах.



Весь спектр оборудования для контроля и удаления статики, включая разряжающие линейки, ионизирующие ракеты, ионизирующие пистолеты и форсунки, пассивные статические разрядники и генераторы статики.

Ждем Вас в нашем демозале!

Теперь статическое электричество под Вашим полным контролем!

СТАТИЧЕСКОЕ ЭЛЕКТРИЧЕСТВО ПОД ВАШИМ КОНТРОЛЕМ

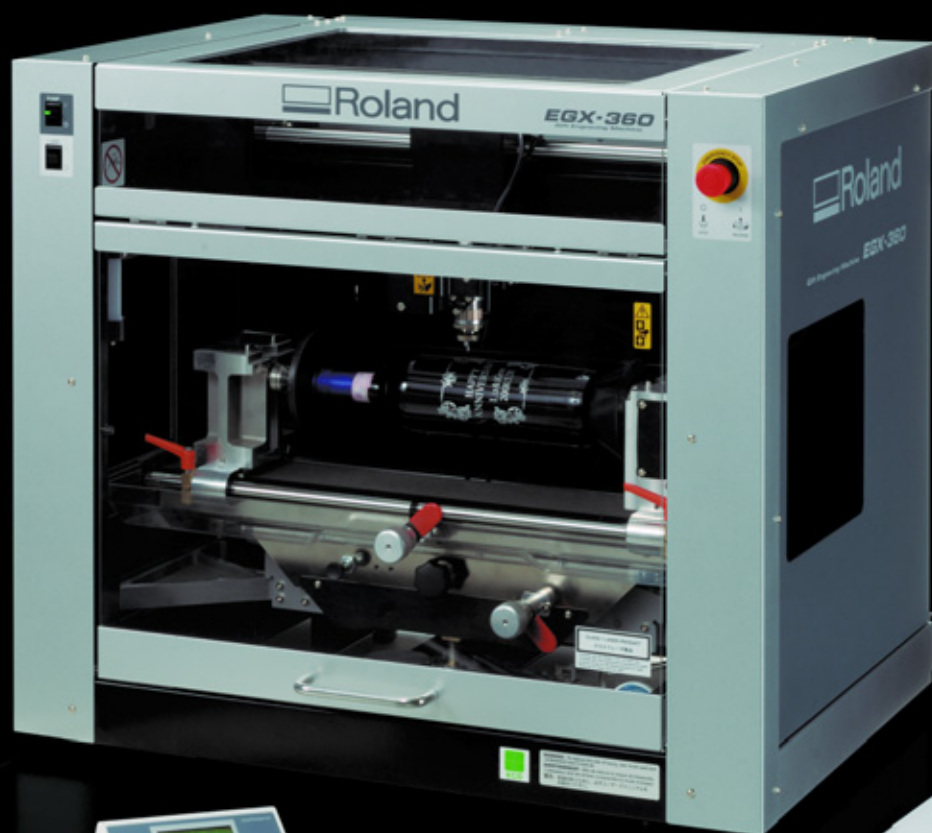
ВМТ-Столица
рекламные материалы и технологии



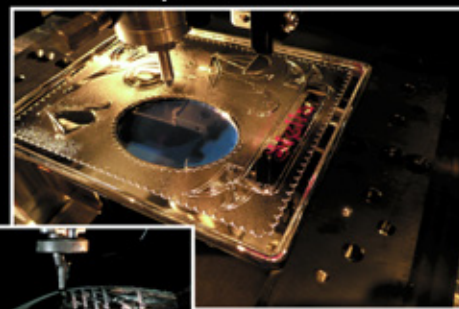
FRASER
Anti-Static Techniques

EGX-360

**ЧЕТЫРЕХ ОСЕВОЙ ГРАВИРОВАЛЬНЫЙ
СТАНОК ДЛЯ СУВЕНИРНОГО
ПРОИЗВОДСТВА**

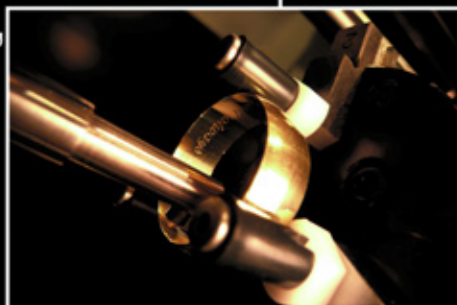


- Законченное решение для сувенирного производства
- Гравировка по плоским, искривленным и цилиндрическим поверхностям
- Гравировка снаружи и внутри колец
- Лазерная система позиционирования
- Гравировка по стеклу
- Водяное охлаждение инструмента
- Программное обеспечение в комплекте
- Максимальный диаметр заготовки 203мм
- Размер стола 305 x 230



ООО "ВеМаТек-стройтехнология"

Официальный представитель
фирмы Roland в России
Москва, ул. Дорожная д.3 корп.6
тел. (495) 981-49-65
sm@r-tec.ru



Roland[®]

www.Roland.ru