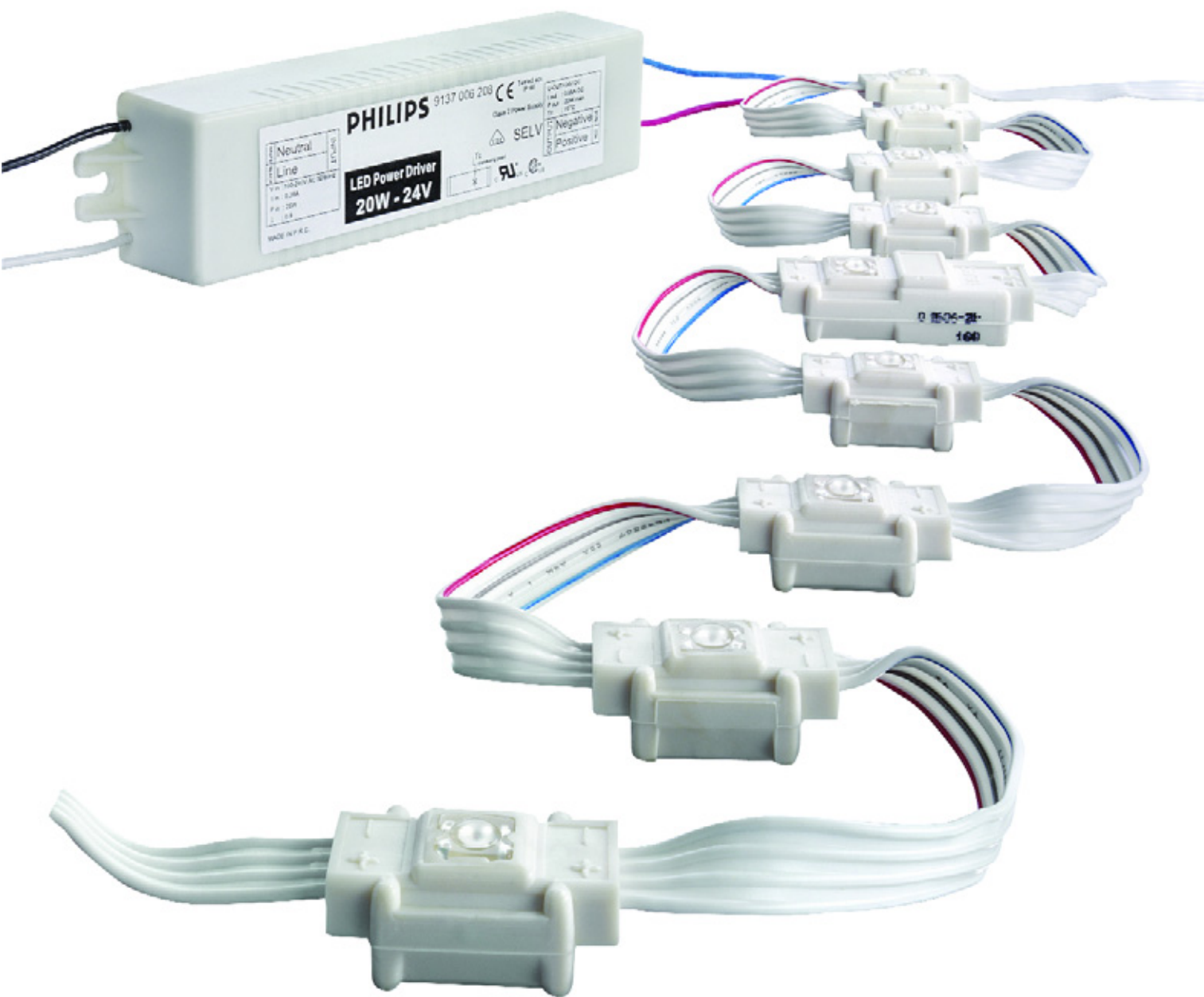




ЗЕНОН И ФИЛИПС: качественной светотехнике — надежный дистрибьютор!!!



Подробнее читайте на стр. 38

буквы & знаки

из нержавеющей стали



изделие
плоское



изделие
объемное



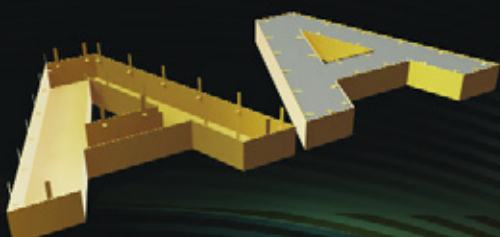
изделие
с наклонными
боковыми
стенками



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)

Материалы для трафаретной печати



Материалы для трафаретной печати, предлагаемые ЗЕНОНОм, прошли тщательный экспертный отбор по многим критериям. Они отличаются высоким качеством и пользуются заслуженным уважением печатников.

Химия для изготовления и регенерации трафаретных форм, фотоэмульсии, пленки для цветоделения компании ULANO давно известны во всем мире и пользуются спросом, также как и трафаретные краски Sun Chemical.

Сотрудничество с компанией Grafica Flexotronics позволит клиентам ЗЕНОНа иметь недорогое и высококачественное автоматическое оборудование для трафаретной печати.

Трафаретные материалы от ЗЕНОН – это:

- химия для изготовления трафаретных форм и фотоэмульсии ULANO;
- сольвентные, водные, УФ-краски Sun Chemical;
- сольвентные, водные, УФ-краски SITOLUX;
- пластизоли и другие материалы для печати на текстиле ETS-Group;
- ракульные полотна FIMOR;
- трафаретные сетки UNIRICH и SITOLUX и многое другое.

В ЗЕНОНе есть решительно все, что нужно для производства рекламы!

ULANO

ETS

SITOLUX

SunChemical

a member of the DIC group 

ZENON
РЕКЛАМНЫЕ ПОСТАВКИ

МОСКОВСКИЙ ЦЕНТР ПРОДАЖ:
Россия, 105187, Москва,
ул. Вольная, д. 28
Тел./факс: (495) 788-11-33
<http://www.screenprint.ru>
E-mail: sales@screenprint.ru

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

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ФИЛИАЛЫ:

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: kldar@zenonline.ru
НИЖНИЙ НОВГОРОД: (831) 278-68-68; E-mail: nnov@zenonline.ru
НОВОСИБИРСК: (383) 240-08-28/40/48; E-mail: nsk@zenonline.ru

ОМСК: E-mail: omsk@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
САРАТОВ: E-mail: sar@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 Максотов, Дарья Маркина E-mail: info@RIDcom.ru

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 Univest Print, г. Киев, +38 044 484 41 67

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:

ЗМ	29, 34	ГК Континент	46
Alcan	23	Зенон	1-я обл., 1, 38
DESTEK	19	Лайт Ап	37
NEOTEC	28	Латек	30
Mimaki	47	ЛИР	18
WeMaTec	32	ЛРТ	48
We R. Supply	36	Нео-Неон	37, 40
Альтима	2-я обл., 52	ОРАКАЛ-Трейдинг	31
Альфа Тек	46	ОРГСТЕКЛО	27
АМТ-ТИМ	23, 27	РекКомплект	23
Аргос-Трейд	43	Торговая компания «РК»	53
Большая Буква	26	Техно-Графика	49
ВЕКА Рус	24	Центр Полимеров	31
ВеМаТек Стройтехнология	4-я обл.	ФорДа	43, 44



Дорогие друзья!

Десять лет назад, когда условия для существования и развития частного бизнеса в нашей стране постепенно налаживались после августовского дефолта 1998 года, наше издание впервые увидело свет. Изначально именованная газетой и ограниченная объемом в 16 страниц, с годами «НАРУЖКА» превратилась в два полноценных журнала (один — для заказчиков, другой — для производителей рекламы), которые сегодня широко популярны по всей России. Параллели с восстановлением рынка в 1999-м году проводить пока еще несколько преждевременно, хотя экономисты и говорят о положительных тенденциях, намечающихся в мировой экономике и предрекают возвращение к докризисному уровню во второй половине 2010 года. Как бы то ни было, мы, как и прежде, продолжаем освещать передовые технологические разработки для изготовления вывесок, наружной и интерьерной рекламы, анализировать ключевые тренды в sign-индустрии и широкоформатной печати, а также уделять внимание вопросам, важным для развития бизнеса любой рекламно-производственной компании. Между тем в редакции готовится очередной проект, который, по нашим оценкам, станет для вас не менее приятным сюрпризом, каким десять лет назад стало издание «НАРУЖКА»...

Оставайтесь с нами!

Валентин Сучков, редактор

www.narozhka.ru

Подписка на журнал

Цены на рекламу

СОДЕРЖАНИЕ:

СОБЫТИЯ

4 Новости

Конференция

5 Пресс-форум HP в Испании

ФОРМУЛА УСПЕХА

Рекламодатель

8 Александр Ходос, президент группы компаний «Демиург»

Бренд

11 Brollo Siet S.r.l.

Развитие бизнеса

14 Эффективное участие в выставках

МАТЕРИАЛЫ

18 Новости

Персона

20 Эдуард Альбрехт, генеральный директор ООО «Эвоник Химия»

Шпаргалка

25 Особенности клеевого слоя у самоклеящихся пленок

Продукты и решения

29 «Виртуальный манекен» от 3M

34 3M Scotchcal IJ37

СВЕТОТЕХНИКА

35 Новости

Продукты и решения

38 Продукция Philips в «ЗЕНОне»

44 Светодиоды в рекламе

Практика

41 Причины сбоев в работе неоновых трансформаторов

ОБОРУДОВАНИЕ

46 Новости

Развитие бизнеса

50 Кредитование и лизинг

ИНДУСТРИАЛЬНОЕ ЧТИВО

Ретроспектива

54 «НАРУЖКА». Год восьмой.

58 СДЕЛАЙТЕ ЗАКАЗ

61 ПОДПИСКА



5

Компания Hewlett-Packard намерена захватить рынок экосольVENTных принтеров с помощью технологии HP Latex



20

Evonik Industries рассматривает возможность покупки производственного бизнеса у ОАО «Дзержинское оргстекло»



41

Как предотвратить выход электромагнитных трансформаторов из строя



50

Послекризисные условия покупки оборудования в лизинг





Компания GE Consumer & Digital объявила о начале приема работ на 27-й международный конкурс светового дизайна GE Edison Award.

На конкурсе оцениваются мастерство и качество в профессиональном дизайне систем освещения и световых установок, в которых широко используются источники света компании GE (лампы и светодиоды).

Участниками GE Edison Award могут стать профессиональные дизайнеры, архитекторы, инженеры и консультанты. Присланные работы оцениваются по следующим критериям: функциональность, соответствие архитектуре, эффективность применения источников света и технологий, раскрытие потенциала цветов, форм и текстур, а также эффективность издержек и потребления электроэнергии.

Церемония награждения победителей конкурса GE Edison Award состоится 11 мая 2010 года в Лас-Вегасе (США), накануне выставки LightFair International.

Все заявки на участие в конкурсе должны быть получены организаторами конкурса до 11 января 2010 года. Проекты, предоставляемые на рассмотрение жюри, должны быть завершены в течение текущего года.

Более подробная информация предоставлена на официальном сайте конкурса: www.GEEdisonAward.com.

Компания INX Group Ltd. объявила о создании корпорации INX Digital International Co.

Формирование холдинга стало следующим шагом в стратегии компании Sakata INX об объединении своих направлений по разработке технологий для цифровой печати в одну группу. Партнеры ранее сформированного совместного предприятия, компании Triangle Digital INX, Megaink AS и Anteprema подписали соглашение о перемещении своих пакетов акций в корпорацию INX Digital International, мажоритарным акционером которой является Sakata INX.

INX Digital возглавят ключевые топ-менеджеры компаний Triangle, Megaink и Anteprema. INX Group, в свою очередь, несет ответственность за формирование международной команды менеджеров. Объединив усилия производителей чернил для цифровой печати, группа намерена расширять свой ассортимент и спектр оказываемых услуг.

Компании Philips и Epistar Corporation достигли соглашения о дружественном разрешении двусторонних споров, затрагивающих вопросы интеллектуальной собственности.

Компания Epistar Corporation (Тайвань) является разработчиком и производителем продукции на основе светодиодов высокой яркости.

Согласно достигнутой договоренности, компания Philips предоставила Epistar Corporation лицензию на использование светодиодной технологии AlInGaP. Условия контракта не разглашаются.

Немецко-российское совместное предприятие ООО «ДЕСТЕК» в три раза расширило складскую программу акрилового стекла PLEXIGLAS®.

Подобная мера предпринята в связи с двукратным увеличением дилерской сети компании.

Ранее ООО «ДЕСТЕК» предлагало со склада производимое в Подольске бесцветное и белое органическое стекло четырех оттенков (стандартных и заказных форма-

тов) и не более полутора десятков цветных и специальных продуктов, произведенных в Германии. Остальные же разновидности PLEXIGLAS® (а их полный ассортимент превышает 50 наименований, а цветовая гамма составляет около 50 оттенков), импортировались только под заказ, и их доставка дилерам требовала времени.

Теперь на складе ООО «ДЕСТЕК» поддерживаются в постоянном наличии более 40 видов акриловых продуктов: экструзионный и литой лист, акриловые трубы, блоки, стержни, дымчатые, сотовые и волнистые акриловые листы премиум-сегмента, мебельные пластики Satinice и Raгарan, светотехнические сорта акрила, а также цветные клеи для акрила разных фактур.

2 октября компании HP и студия «Фотофабрика» открыли демонстрационный зал широкоформатной цифровой струйной фотопечати HP.

Основой демонстрационного зала являются широкоформатный принтер HP Designjet Z3200, оснащенный профессиональным монитором HP DreamColor LP2480zx с высоким разрешением и рабочая станция HP, оптимизированная для обработки изображений. HP Designjet Z3200, печатающий с разрешением до 2400x1200 12 различными цветами чернил, позволяет создавать красочные отпечатки фотографий, коллажей и многих других творческих работ. С помощью принтера можно печатать не только фотографии, но и плакаты шириной до 111,8 см на фотобумаге различных видов, а также на широком спектре дизайнерских бумаг и пленок. Теперь фотографии, посетившие студию сети «Фотофабрика», расположенную неподалеку от станции метро «Курская» в Москве, имеют возможность сразу же обработать свои фотографии и распечатать их.

Сотрудничество HP и «Фотофабрики» позволит профессиональным фотографам самостоятельно познакомиться с оборудованием HP для широкоформатной струйной фотопечати и оценить его в процессе решения своих персональных задач.

В сентябре компания «ЛРТ» заключила дистрибьюторское соглашение с компанией Caldera Graphics (Франция).

Caldera Graphics — известный разработчик программного обеспечения для обработки графической информации и управления печатными процессами в цифровых широкоформатных принтерах. Теперь в ассортименте российской компании представлены программные процессоры растровых изображений VisualRIP и VisualRIP+, которые рассчитаны на работу с широкоформатными принтерами с шириной печати до 1,6 м таких производителей, как Canon, Epson, HP, Seiko, Mimaki, Mutoh, Roland, Oсе и др.

В ноябре компания «Техно-Графика» открывает свое региональное подразделение в Приволжском федеральном округе, в городе Самаре.

Филиал станет таким же полноценным представительством компании, как и подразделение в Ростове-на-Дону. В настоящее время налаживается коммуникация между головным офисом «Техно-Графики» в Москве и самарским филиалом.

Адрес регионального подразделения в Приволжском федеральном округе: Самара, 443022, Гаражный проезд, 3. Тел./факс: (863) 225-4514, 979-8081. Руководитель — Александр Изянин.

«Зеленые» технологии как достойная смена экосольVENTной печати

В конце сентября в Испании, в предместье Барселоны компания Hewlett-Packard собрала более 25 представителей ведущих европейских и азиатских отраслевых СМИ, освещающих рекламную индустрию. Главным поводом для проведения пресс-слета послужило начало серийного выпуска нового широкоформатного принтера HP Designjet L25500, который, по убеждению разработчиков, способен вытеснить с рынка оборудование для производства коммерческой графики на базе экосольVENTных чернил.

В мероприятии, которое ознаменовало собой начало активной экспансии HP на рынок «широкоформатных принтеров для сайнмейкеров», приняли участие эксперты и журналисты, пишущие о технологиях производства рекламы, из таких стран, как, в частности, Великобритания, Нидерланды, Германия, Испания, Франция и Турция. Россию на пресс-слете, как уже можно догадаться, представлял журнал «Наружка. Издание для производителей рекламы». Примечательно, что на презентацию новой модели экологически безвредного принтера были также приглашены представители компаний, уже имеющих опыт работы с технологиями HP Latex: как пользователи первой «зеленой» печатной машины широкого формата — HP Designjet L65500, так и печатники, принявшие участие в бета-тестировании анонсированного в конце сентября оборудования. Данный шаг позволил компании Hewlett-Packard не только показать «товар лицом», ничего не утаивая от экспертов, но и обеспечить позиционирование нового аппарата как проверенного, испытанного и отлаженного решения для печати коммерческой графики.

С вступительным словом к собравшимся в ходе пресс-слета в конференц-зале научно-исследовательского центра HP в Сант-Сугате обратился Франсуа Мартен, директор по маркетингу подразделения «Решения для коммерческой графики компании HP» в странах Европы, Ближнего Востока и Африки (ЕМЕА). Он, в частности, отметил, что по результатам исследований, доля компании HP на мировом рынке широкоформатных эко- и мягкосольVENTных принтеров составляла по состоянию на август текущего года не более 2%. Теперь же, по его словам, когда в условиях ужесточающегося законодательства в странах Запада усиливаются ограничения влияния производств на окружающую среду, новые экологически безвредные решения от Hewlett-Packard не только перспективны, но и представляются чуть ли не единственным путем для дальнейшего развития отрасли коммерческой графики. Франсуа Мартен также заметил, что подобные утверждения не голословны и базируются, в частности, на нынешнем успехе первого широкоформатного принтера на «зеленых» чернилах HP Latex — HP Designjet L65500. Так, сегодня в мире насчитывается более 130 установленных на различных производствах аппаратов этой модели, а всего с их помощью уже напечатано свыше 1,2 млн. кв. м изображений. «В одной только Великобритании таких принтеров уже семь», — отметил он.

В своем выступлении Сантьяго Морера, вице-президент и генеральный менеджер подразделения «Решения для коммерческой графики и широкоформатной печати компании HP», рассказал о приоритетных направлениях деятельности Hewlett-Packard на рынке технологий для визуальной рекламы и полноцветных изображений. Это, в частности, расширение модельного ряда устройств на основе чернил HP Latex за счет вывода на ры-



Аппарат HP Designjet L25500 с шириной печати 1,53 м в процессе печати рекламного постера.



Принтер HP Designjet L25500 с рабочей шириной 1,07 м в отделе по исследованиям новых сфер применения широкоформатной печати в центре HP в Сант-Сугате (Испания).

нок экологически безвредных систем для промышленной печати, привлечение профессиональных дистрибьюторов, выпуск новых «зеленых» носителей для печати, а также дальнейшее развитие комплексной программы по вторичному использованию отслужившей свой срок печатной продукции, используемой в наружной и интерьерной рекламе.





Научно-исследовательский и демонстрационный центр HP в Сант-Сугате под Барселоной, который сегодня считается международной штаб-квартирой компании Hewlett-Packard по разработкам принтеров HP Designjet.



Сантьяго Морера, вице-президент и генеральный менеджер подразделения по решениям для коммерческой графики и широкоформатной печати компании HP, представляет журналистам новый принтер на основе «зеленой» технологии HP Latex.



Новые «зеленые» принтеры, в отличие от своих сольвентных собратьев, не нуждаются в регулярной чистке печатающих головок. На фото: специалист компании HP демонстрирует журналистам устройство автоматической системы чистки печатающих головок HP 789.

Подробно функциональные возможности и технические характеристики нового широкоформатного принтера HP Designjet L25500 осветил в своем докладе Оскар Видал, бизнес-менеджер отдела широкоформатной печати компании HP в странах EMEA. Итак, чем же интересен этот аппарат?

HP Designjet L25500 представлен в двух вариантах: с рабочей шириной 1,07 м и 1,53 м.

В принтере используются невоспламеняющиеся чернила HP Latex, не имеющие запаха, не выделяющие опасных для здоровья и загрязняющих воздух веществ, и состоящие на 66% из воды, шести цветов (в конфигурации CMYKLCm). В каждом аппарате установлены три печатающие головки HP 789 Designjet, которые обеспечивают разрешение печати 1200 x 1200 dpi при объеме чернильной капли 12 пл, а также достаточно высокую производительность. Так, максимально возможная скорость печати у принтера с шириной 1,53 м составляет 22,8 кв. м/ч. Прогнозируемый ресурс одной печатающей головки HP 789 оценивается в 2000 отпечатков формата A1.

Аппарат оснащен встроенным спектрофотометром, который управляется через интерфейс RIP-пакета. В отличие от принтеров серии HP Designjet Z, в модели HP Designjet L25500 он используется только для автоматической линеаризации цветковых кривых (оптимального согласования чернил и носителя), что обеспечивает точность и стабильность воспроизведения цветов от отпечатка к отпечатку, в том числе и на разных принтерах. Среди других инструментов, интегрированных в оборудование, стоит отметить оптический датчик для контроля подачи носителя (OMAS), благодаря которому сводится к минимуму вероятность появления полос при печати на высоких скоростях, а также оптический детектор капли (ODD), автоматически тестирующий с регулярной периодичностью выброс капель каждой дюзой печатающей головки и обеспечивающий получение отпечатков без дефектов и ошибок. Система очистки печатающих головок в HP Designjet L25500 полностью автоматизирована.

Новый аппарат рассчитан на небольшие рекламно-производственные фирмы и печатающие компании, копировальные салоны и фотолаборатории. С его помощью можно изготавливать P.O.S.-материалы, выставочную графику, настенные тканевые панно, а также баннеры для наружной рекламы, плакаты для размещения в конструкциях типа «сити-формат» и графику для оклейки транспортных средств. Среди полностью совместимых с принтером носителей — необработанные полиэфирные ткани, дешевая (грубая) бумага, холст, полиэфирная пленка, фотобумага, а также стандартные «рекламные» материалы, включая ПВХ-сетку с подложкой, баннерную ПВХ-ткань и самоклеящийся винил (литой, каландрированный и перфорированный). Как отметил Оскар Видал, отпечатки, полученные на HP Designjet L25500, рассчитаны на срок службы вне помещений до трех лет без ламинирования, и до пяти лет — при эксплуатации в интерьере. Кроме того, он подчеркнул, что разработка и тестирование носителей для печати чернилами HP Latex осуществляются компанией HP в сотрудничестве с такими производителями расходных материалов для коммерческой графики, как Avery Dennison, 3M, MACtac, Ultraflex, Neschen, Verseidag, Orafol и InteliCoat.

Поставки широкоформатных принтеров HP Designjet L25500 начнутся в конце декабря текущего года — начале января 2010-го, при этом, как подчеркнули представители HP, по ценам, сопоставимым с ценами на конкурирующее оборудование с той же шириной печати, в котором используются эко- и мягкий сольвент.

После официальных докладов сотрудники барселонского подразделения HP провели журналистов по залам и отделам своего предприятия, где можно было увидеть новые принтеры в режиме эксплуатации, а также ознакомиться с образцами созданной с их помощью продукции. Стоит признать: аппараты работали безукоризненно, никаких запахов при печати не ощущалось. Если же судить о качестве выходящего из принтера отпечатка, то даже невооруженным глазом было заметно, что оно явно лучше, чем у мягкосольвентного принтера HP Designjet 9000s, выпуск которого был прекращен в этом году. Полноцветные изображения имели яркие, сочные и насыщенные тона, а воспроиз-

ведение «чистых» цветов (к примеру, черного или красного) отличалось глубиной и безупречной однородностью. В завершение экскурсии по научно-исследовательскому центру Hewlett-Packard в Сант-Сугате доктор Росс Аллен, главный специалист по технологиям группы решений для работы с изображениями и печати (IPG) компании HP, рассказал журналистам о 25-летней истории деятельности предприятия в разработках технологии термоструйной печати, отметив наиболее любопытные экспонаты «Музея струйной печати HP» — принтеры, давно уже ставшие историей...

В ходе пресс-слета организаторы предоставили слово Маркусу Тимсону, директору по маркетингу и продажам федерации национальных ассоциаций печатающих компаний FESPA. Основной акцент в своем выступлении он сделал на том, что, согласно недавним исследованиям федерации, большинство печатников по всему миру не скрывает своей готовности инвестировать в прогрессивные решения для цифровой печати, даже в непростые для отрасли времена. В этом, по его словам, вполне отдают себе отчет и разработчики широкоформатных принтеров, активно готовящиеся к грядущей выставке FESPA 2010 в Мюнхене. Так, по данным Маркуса Тимсона, исходя из объема арендованных выставочных стендов, предстоящее отраслевое шоу уже на 50% станет больше по площади, чем предыдущая FESPA 2007 в Берлине.

В завершение мероприятия, приуроченного к мировой премьере принтера HP Designjet L25500, журналистам была предоставлена возможность пообщаться с пользователями экологически безвредной технологии широкоформатной печати HP Latex. Примечательно, что печатники обнаружили у «зеленых» чернил ряд достоинств, о которых ранее и не предполагали. В частности, пользователи отметили, что чернила HP Latex, в отличие от сольвента, не влияют на функциональные качества самоклеящегося винила. Кроме того, по их словам, технология, реализованная в принтерах HP Designjet L65500 и L25500, позволяет экономить немало времени при выполнении заказов на изготовление коммерческой графики, поскольку нет необходимости в просушке напечатанных материалов, и их можно ламинировать сразу же после печати. Чернила HP Latex, исходя из их опыта, отличаются также высокой эластичностью: после печати литые виниловые пленки с легкостью растягиваются без каких-либо видимых повреждений напечатанного изображения. Вместе с тем было заметно, что приглашенные на пресс-слет печатники объективны в своих оценках. Так, было отмечено, что принтер LP65500 отнюдь нельзя назвать экономичным в потреблении электроэнергии. К тому же, по их мнению, чтобы обеспечить стабильно высокое качество печати, контролировать температуру и влажность в печатном цеху все равно необходимо, поскольку эти внешние факторы напрямую влияют на функциональные свойства носителей. Особо примечательными стали слова Джона Торрентса, владельца компании Tot.retol (Испания), который является одним из бета-пользователей принтера HP Designjet L25500: «Из-за кризиса спрос на сольвентную печать в нашей компании снизился на 40%, и новый принтер HP Designjet L25500 позволил нам охватить новую рыночную нишу, объемы заказов в которой постоянно растут. По сравнению с сольвентом, расход чернил примерно на 30% меньше из расчета на 1 кв. м. Кроме того, мы заметили, что на носителях типа «backlit» сольвент не обеспечивал адгезию должного уровня. На новом же принтере мы всегда получаем стабильный результат».

На следующий день официальная европейская премьера экологичного широкоформатного принтера состоялась на выставке VISCOM Germany в Дюссельдорфе, куда некоторые из представителей отраслевых СМИ отправились сразу же из Барселоны. Что ж, на первый взгляд новая разработка компании HP выглядит вполне успешным, законченным и продуманным решением для производства коммерческой графики. Мы же продолжаем держать руку на пульсе научно-технического прогресса и уделять внимание наиболее интересным новинкам вне зависимости от их принадлежности к тому или иному бренду.

Валентин Сучков



Доктор наук Росс Аллен, главный специалист по технологиям группы решений для работы с изображениями и печати (IPG) компании Hewlett-Packard, в ходе экскурсии по «Музею струйной печати HP».



Изготовленная по технологии HP Latex графика не нуждается в последующей сушке. На фото: сотрудники барселонского подразделения HP выполняют оклейку металлической поверхности только что запечатанным на принтере HP Designjet L25500 винилом.



Демонстрация возможностей применения принтера HP Designjet L25500, начиная с изготовления высококачественных репродукций и заканчивая печатью по ткани.





Александр Ходос
Президент группы компаний «ДЕМИУРГ»

Место рождения

Родился я и вырос в Москве, в районе тогда еще тихих и зеленых переулков Шаболовки. Помню комнату в коммунальной квартире, холодильник «ЗИЛ», 15 аквариумов и старый платяной шкаф — все это, плюс диван и кушетка помещалось на 14 квадратных метрах, — помню латунный кран с холодной водой на кухне, и как мама стирает на рифленой стиральной доске.

Самое яркое воспоминание из детства

Жил я в Москве, а вот лето проводил у бабушки на северном Кавказе. Так вот, исследуя окружающие горы (а их там изрядное количество), на всю жизнь запомнил то необычное и незабываемое ощущение свободы, которое испытываешь, стоя на краю скалы, куда лез долгие минуты, срываясь и соскальзывая с камней; то состояние тела и души, когда кругом — никого; руки ноют, ноги еще дрожат от напряжения, а вокруг... тишина... И впереди — только простор, и орлы летают ниже тебя.

Жизненные принципы

Не делай другим того, чего ты не хотел бы получить сам. Жизненный опыт показал, что никогда не надо желать людям (даже если они того заслуживают) зла, лучше просто следовать китайской мудрости — «Если тебя обидели — не торопись мстить. Сядь на берегу реки: рано или поздно вода пронесет мимо труп твоего врага». Многократно я убеждался в действенности этого метода: достаточно подождать — и видишь, как зло, которое причинил тебе другой человек, возвращается к нему, и остается только посочувствовать бывшему обидчику.

Известные люди, которые оказали наибольшее влияние

Так получилось, что я незнаком лично ни с одним из известных людей, которые оказали большое влияние на мои жизненные решения, поступки и мировоззрение. Но это ничуть мне не мешало часто пользоваться тем, что они «предлагали» для осмысления. Таких людей можно разделить на несколько разных групп. Это писатели: Ричард Бах, Антуан де Сент-Экзюпери, Владимир Орлов, Михаил Булгаков, Аркадий и Борис Стругацкие, Игорь Можейко; ученые: Лайнус Полинг, Уотсон и Крик, Нильс Бор, Пьер и Мария Кюри, Альберт Эйнштейн, Михаил Ломоносов; поэты: Владимир Высоцкий, Булат Окуджава; изобретатели: Иван Кулибин, Леонардо да Винчи.

Наиболее посещаемые интернет-порталы

Свой день я начинаю с новостей www.rbc.ru, этот сайт заменяет мне газеты и телевидение. Когда надо что-либо узнать или уточнить, то я обращаюсь к www.google.ru. Если выдается свободная минута — читаю страницы www.membrana.ru, а если есть время на хобби, то меня можно найти на www.aqa.ru.

Любимые бренды

Влияние брендов на меня практически не распространяется, но есть несколько торговых марок, которые сумели закрепиться в моем сознании или сердце благодаря высокому качеству и неуклонному следованию принятым в этих компаниях традициям. Это такие имена как: «БМВ», «Даймлер», партнеры Ролс и Ройс.

Хобби

Когда я был маленьким, в нашей крошечной комнате было большое количество аквариумов с рыбками. Аквариумы были маленькими, и рыбки... тоже маленькими. Говорят, что мальчики отличаются от мужчин только размерами и стойкостью своих игрушек. Так вот, это тот самый случай: теперь аквариумы стали большими, а размер рыбок измеряется десятками сантиметров.

Любимый способ времяпрепровождения в выходные и праздники

Увы, я так и не научился жить с выходными и праздниками; для меня эти понятия — не более чем сигнал о том, что сегодня я должен заниматься другими делами.

Что привело Вас в рекламный бизнес?

В рекламный бизнес меня привела нужда. Когда-то я мечтал о научной карьере и приложил к воплощению этой мечты немало сил, но наступившие трудные 90-е заставили бросить науку и пойти искать занятие, которое способно было бы прокормить (на тот момент молодой и растущий) организм. Пришлось бросить химию, энзимологию и начать продавать все то, что пользовалось тогда хоть каким-то спросом. Тут-то мне и подвернулись оргстекло и полистирол, а учитывая, что в отличие от большинства людей, я представлял себе что это такое, и какие у этих материалов свойства, то заниматься ими показалось мне не самым худшим из возможных компромиссов между желудком и сердцем. Через некоторое время стало понятно, что основными потребителями (на тот момент) этих материалов были производители рекламы, поэтому и появилась идея не только продавать, но и производить изделия самостоятельно. Вот так и возникло наше производство.

В чем уникальность Вашей компании?

Группа компаний «Демидур», наверное, уникальна не только для России, но и для Европы, а может и для других частей мира. Под одной «крышей» собраны совершенно разные компании, такие как: дистрибьюторская компания с самым (я надеюсь) широким ассортиментом полимерных жестких листовых и пленочных материалов; транспортно-логистическая компания со своим парком грузовиков, специально приспособленных для перевозки поставляемой нами продукции и складами общей площадью более 10000 квадратных метров; специализированное агентство по работе с клиентами и заказчиками; два завода по производству всевозможных изделий из полимеров и металла; специализированная компания по обслуживанию и ремонту разнообразного оборудования (как собственного, так и наших партнеров), а так же еще несколько других организаций, работающих в различных направлениях. Увы, но обо всех сферах нашей деятельности я не смогу рассказать в этой небольшой анкете.

Что нравится и что не нравится в современной России?

С самого раннего детства я ощущал себя восторженным патриотом своей страны — патриотом в нормальном, а не в современном, извращенном понимании этого слова. Однако с каждым прожитым годом мне становится все труднее и труднее поддерживать в своей душе возвышенное отношение к нашей родине. Выясняются странные вещи: шоколад в России не самый вкусный; ученые — не самые талантливые (а талантливые хоть, возможно, и говорят по-русски, но живут и работают не здесь); медицина — не самая современная; полицейский гораздо вежливее милиционера; «БМВ» лучше «Жигулей»... а мыть машину и чистить ботинки в Европе приходится в десятки раз реже, чем в России... и капиталисты гораздо лучше заботятся о своих нищих и заключенных, чем мы о пенсионерах, инвалидах и бездомных детях. За рубежом к предпринимателю, создающему рабочие места, приходят письма с благодарностями, а к нам приходят проверяющие. За рубежом поддержат инициативу и окажут помощь в новом проекте, а у нас потребуют взятку за то, что обязаны делать, но никогда не сделают без вознаграждения. Мы — великая страна, но если не научимся смотреть под ноги, то упадем, и от нас останутся только черепки, как уже не раз случалось с другим великими империями.

Почему Вы размещаете рекламу в «НАРУЖКЕ»?

На сегодняшний день это единственное печатное издание на рынке наружной и интерьерной рекламы достойное того, чтобы заплатить деньги за размещение в нем информации.



работать станет легче

SIGNBUSINESS

скоро...

Brollo Siet: продвижение газосветной технологии на международном уровне

Так исторически сложилось, что фирмы из Италии пользуются особой популярностью на рынке комплектующих для изготовления неона. Об одной из этих компаний, известной во всем мире своими высоконадежными электромагнитными трансформаторами для газосветных установок, мы и расскажем.

Компанию Brollo S.r.l. основали в 1947 году четыре брата Бролло. Вначале основным бизнесом предприятия было производство и техническая поддержка трансформаторов низкого и среднего напряжения, используемых в различных электромеханических устройствах. Помимо основателей, в первое время в компании работали еще несколько специалистов. Деятельность компании постепенно расширялась одновременно с увеличением штата сотрудников и накоплением опыта в работе с электрическими преобразователями.

В конце 1980-х годов руководство предприятия решило исследовать новый для себя рынок — сегмент высоковольтных трансформаторов, которые применяются в газосветных установках. Эти устройства появились в ассортименте в 1991 году, когда по инициативе генерального директора Brollo S.r.l., Андреа Бролло, сына одного из основателей компании, было совершено поглощение фирмы Siet S.r.l. (Societa Elettronica Trasformatori), основанной в 1988 году и выпускавшей электромагнитные преобразователи в металлических кожухах для неона. Официально объединение двух предприятий — в компанию Brollo Siet S.r.l. — произошло 12 лет спустя, в 2003 году.

Как вспоминает Андреа Бролло, рынок неоновой рекламы оказался столь интересным и огромным, что работа в области разработок и изготовления трансформаторов для газосветных установок вскоре стала основным направлением деятельности компании.

По статистике экспертов в области неоновых технологий, сбой в работе газосветных установок в более 40% случаев происходит из-за выхода из строя электромагнитных трансформаторов и электронных преобразователей. Поэтому, приняв решение об экспансии на рынок вывесок, компания изначально сделала ставку на надежность и качество своих разработок для изготовителей неона. После проведения исследований предлагавшихся в то время электромагнитных трансформаторов, инженеры-технологи итальянского предприятия пришли к выводу о необходимости изготавливать трансформаторы для газосветных вывесок в металлическом корпусе. И на это у них были действительно веские доводы. Так, известно, что в процессе работы электромагнитные трансформаторы очень сильно нагреваются. Металл, обладая высокой теплопроводностью, способен рассеивать тепло значительно более эффективно, чем пластик, способствуя, тем самым увеличению срока службы устройства. Поддержание температуры внутри трансформатора в пределах допустимых норм особенно важно, если он устанавливается внутри помещений или же в ограниченных и закрытых пространствах. Кроме того, металлический корпус



защищает прибор от воздействия электромагнитных волн, что обеспечивает стабильность в работе трансформатора. Так в начале 1990-х на свет появилось устройство Siet Metalbox, которое сегодня компания Brollo Siet S.r.l. именуется «королем своего продуктового ряда». Заметим, что у итальянского производителя есть немало конкурентов, которые выпускают более дешевые трансформаторы, защищенные от внешних воздействий корпусами из эпоксидной смолы. Однако именно уже упомянутый металлический корпус, которым оснащаются трансформаторы Siet Metalbox, придает устройствам дополнительные качества, столь востребованные изготовителями неоновой рекламы и газосветных систем освещения: надежность, стабильность в эксплуатации и долговечность.

Заметим, что в трансформаторах Siet Metalbox также используется эпоксидная смола — для заливки межвитковых пустот внутри катушек и других электронных компонентов. Помимо уже упомянутых выше функций, внешний металлический корпус обеспечивает защиту эпоксидной смолы от атмосферных осадков, ограничивает ее расширение под воздействием нагрева и тем самым предотвращает возможность образования в ней трещин. Вдобавок, металл защищает электрические соединения и защитные устройства на панели выводов трансформатора от перегрева и обеспечивает возможность заземления корпуса: параметр, который требуется большинством международных стандартов, принятых для сертификации электромеханических устройств. Благодаря гальванической обработке металлические корпуса в трансфор-





маторах Siet Metalbox не подвержены окислению и негативному влиянию внешней среды. Наконец, металл, в отличие от пластика, значительно более стоек к механическим повреждениям.

Чтобы свести к минимуму возможность возникновения ошибок и избежать лишних временных затрат, обусловленных человеческим фактором, в 1990-х годах руководство компании приняло решение о конструировании и вводе в эксплуатацию полностью автоматизированных производственных линий по выпуску неоновых трансформаторов. Изготовление устройств полностью осуществляется силами компании Brollo Siet S.r.l.: от обмотки катушек до заливки электронных частей полимерами внутри металлического кожуха. Это дает возможность предприятию контролировать качество своей продукции на всех этапах производства. Всего в процессе изготовления трансформаторы, выпускаемые компанией, проходят более 14 тестов. На завершающей стадии производства столь жесткий контроль позволяет снизить отбраковку изделий до 0,2%. Внедренные на предприятиях Brollo Siet системы производства и контроля качества продукции сертифицированы согласно международным стандартам ISO9001 с 1997 года. Разработки компании имеют множество национальных и международных знаков качества, в том числе — ENEC («Европейский знак высокого качества»), которым отмечаются электротехнические товары, соответствующие принятым в Европе стандартам безопасности.

Все вышеописанные меры, в свое время предпринятые компанией, сегодня позволяют предприятию не сомневаться в надежности своей продукции. Так, российским покупателям при заполнении простой анкеты предоставляется четырехлетняя гарантия на электромагнитные трансформаторы Brollo Siet. У других же производителей, конкурирующих с итальянским разработчиком, гарантийный срок на подобные устройства составляет от 6 до 12 месяцев. Как отметил Андреа Бролло, трансформаторы, выпускаемые его предприятием, изначально рассчитаны на 20-30-летний срок службы вне помещений, а трансформаторы Siet, проданные более 15 лет назад, продолжают функционировать до сих пор.

Компания постоянно ужесточает технологические стандарты в отношении собственных разработок и продолжает расширять свой ассортимент. Кроме разнооб-

разного модельного ряда электромагнитных трансформаторов, в настоящее время Brollo Siet также выпускает электронные конвертеры, рассчитанные на работу как в установках наружной рекламы, так и в системах интерьерного освещения. Такие преобразователи используются, в частности, в сочетании с газосветными светильниками в P.O.S.-конструкциях и при оснащении автомобилей неоновой подсветкой.

Особого внимания заслуживает такая разработка Brollo Siet, как трансформатор Lexterio, пользующийся сегодня большим успехом во всем мире. Он более компактный, чем Metalbox, и может использоваться как внутри, так и вне помещений. Его разновидность — модель с двойной отдачей (с напряжением зажигания <math>< 1000\text{ В}</math> и рабочим напряжением <math>< 500\text{ В}</math>), названная Lexterio Twin, завоевала высокое признание у архитекторов и дизайнеров, создающих проекты по интерьерному освещению, фальш-потолкам и встроенной подсветке в целом. Трансформатор может обеспечивать работу двух ламп одновременно, поставляется вместе с низковольтным кабелем и корпусом для защиты клемм, оснащен кронштейнами для монтажа с основанием 246 мм и совместим с устройствами диммирования.

Brollo Siet постоянно совершенствует свой модельный ряд. Не так давно начались поставки модернизированных электромагнитных трансформаторов, в которых применена новая формула эпоксидной заливки и изменена геометрия электромагнитного сердечника. Благодаря этому удалось снизить вес трансформаторов от 7% до 22%. К примеру, вес наиболее популярного трансформатора SIET 10 кВ/45 мА уменьшился на 1,7 кг, а его габариты по ширине и длине сократились на 1,8 см и 2 см соответственно.

В настоящее время число установленных по всему миру неоновых трансформаторов Brollo Siet исчисляется несколькими миллионами. Среди факторов, которые обеспечили такой успех разработкам итальянского производителя, руководство компании отмечает: отличное качество продукции, которое соответствует высоким мировым стандартам; обеспечение доставки изделий клиентам в кратчайшие сроки; оперативную консультационную поддержку пользователей; постоянное совершенствование устройств и технологий с целью гарантировать максимально возможное качество, а также техническое обслуживание и свою готовность всегда решать проблемы, возникающие при монтаже неона.

Ключевым принципом корпоративной философии компании является обеспечение высокого качества продукции и ее компонентов. Именно поэтому Brollo Siet продолжает инвестировать значительные средства в исследования и разработки новых технологий. При этом предприятие не прекращает уделять особое внимание требованиям, запросам и нуждам клиентов, начиная с оперативных сроков доставки путем постоянной поддержки всего ассортимента продукции в наличии и заканчивая заботливой помощью при оказании послепродажных услуг. Еще одним немаловажным фактором для компании является поддержка партнерских отношений со своими дистрибьюторами, которые на протяжении многих лет успешно сотрудничают с ней. По сло-

вам Андреа Бролло, внимательное отношение и абсолютное уважение компании к своим дистрибьюторам является фундаментальным правилом, заложенным в основу работы сети продаж продукции Brollo Siet: «Мы всегда готовы принимать советы и реагировать на сигналы, исходящие от покупателей, чтобы улучшить и продукцию, и сервис».

Рынок газосветной рекламы в современной России всегда был одним из самых важных для итальянского производителя. Впервые трансформаторы Siet были представлены в нашей стране в марте 2003 года компанией We R.SUPPLY. Примечательно, что по прошествии двух лет российский партнер, по оценкам итальянской стороны, был признан «Дистрибьютором № 1 по объемам продаж». Так, в 2004 году количество проданных в России электромагнитных трансформаторов Siet превысило 40 тыс. единиц. Из-за международных экономических проблем и некоторых внутренних факторов в прошлом году объемы продаж продукции Brollo Siet в нашей стране несколько уменьшились, но руководство предприятия убеждено, что в ближайшем будущем поставки снова станут осуществляться такими же большими партиями, как и прежде, или даже в еще более крупных объемах».

Сегодня компания внешне сильно отличается от предприятия, основанного 42 года назад братьями Бролло. В последние три года, чтобы удовлетворить возросший спрос на свою продукцию, Brollo Siet значительно увеличила число производственных линий. В частности, в 2007 компания основала совместное предприятие с индийской компанией и открыла производственное подразделение в городе Бангалоре (Индия) по выпуску трансформаторов для рынков стран Дальнего Востока.

В настоящее время производство Brollo Siet в Италии разделено на два дивизиона, охватывающих в целом площадь в 10 тыс. кв. м. Завод в Индии занимает еще 3 тыс. кв. м. Общее число специалистов, работающих в штате компании, превышает 100 человек. Ежегодно компания выпускает приблизительно 170 — 180 тыс. неоновых трансформаторов, которые продаются более чем в 60 странах мира на пяти континентах. Как отмечает Андреа Бролло, его предприятие принимает активное участие в деятельности компаний-дистрибьюторов в разных странах, и в дальнейшем планирует еще более расширить круг своих партнеров. Brollo Siet также исследует возможности по открытию в ближайшем будущем своих фабрик в некоторых других странах мира. Возможность инвестировать в подразделения, расположенные за пределами Италии с целью приближения к удаленным клиентам, чьи нужды сильно отличаются от запросов локальных покупателей, расценивается руководством компании как одна из сильных своих сторон, гарантирующих успех в борьбе с конкурентами.

В последние годы компания уделяет немало внимания вопросам экологической безопасности и проблеме светового загрязнения. Результатом ответственного отношения к окружающей среде стал выпуск устройства Dimmerbox, с помощью которого регулируется светоотдача неоновых трубок, в частности, путем установки меньшей яркости свечения газосветных трубок в темное время суток. Это же устройство позиционируется как достойное решение проблемы электропотребления.



Ключевой тенденцией развития светотехнической индустрии Андреа Бролло называет использование неона в архитектурном освещении. По его словам, в силу своих качеств и характеристик, лампы холодного катода полностью соответствуют всем технологическим требованиям и обладают необходимым потенциалом для реализации идей архитекторов и дизайнеров, работающих с освещением. Разработки компании широко внедряются в системы освещения гостиниц, церквей, музеев, офисных центров и других зданий по всему миру.

В наши дни усилия отдела исследований и разработок компании Brollo Siet сосредоточены на повышении качества и улучшении светотехнических изделий за счет применения диммеров, других систем управления источниками света и дополнительных приспособлений. Появление новых технологий, используемых в освещении, в частности, светодиодов, расценивается компанией как своего рода вызов, испытание бизнеса предприятия на прочность. При этом специалисты Brollo Siet уверены, что у неона есть множество достоинств, которыми не обладают LED-системы и некоторые другие световые технологии. По их оценкам, более продолжительный срок службы ламп холодного катода, более высокая относительная световая эффективность (в люменах на ватт), возможность придания неоновым трубкам разнообразных форм, световое излучение с углом свечения 360°, линейное, а не точечное свечение, широкий спектр цветов излучаемого света (более 50), более высокая стойкость к экстремально высоким и низким температурам (от -40 до +70°C), а также стойкость к вибрациям и влажности делают неоновую технологию непобедимой не только в сфере изготовления неоновых вывесок, но и в области архитектурной подсветки. «Мы отдаем себе отчет в том, что в настоящее время светодиоды переживают свой «звездный час», — отмечает Андреа Бролло. — При этом нельзя не заметить, что после более близкого знакомства с модными ныне диодами многие страны снова переходят на использование неоновой технологии, поскольку на собственном опыте убедились в высоком качестве и надежности неона. Компания Brollo Siet уверена в перспективности неоновой технологии и ламп холодного катода, и поэтому мы прилагаем немало усилий в продвижение газосветной индустрии по всему миру».





Как извлечь из участия в выставках максимум пользы

(Окончание. Начало опубликовано в журнале «НАРУЖКА. Издание для производителей рекламы» #19 за октябрь 2009 года).

Участие в выставках является классическим методом продвижения товаров и услуг и привлечения новых клиентов. Однако далеко не всегда израсходованные на создание и изготовление выставочного стенда средства, как и оплата выставочных площадей и работы промоутеров, окупаются и приносят изначально ожидавшуюся отдачу. Как добиться максимально возможной эффективности участия компании в выставке? Какие негласные секреты успешной работы на отраслевых шоу сформировались за многие десятилетия развития бизнеса во всем мире? Об этом рассказывает генеральный директор агентства выставочного консалтинга «ЭкспоЭффект» Николай Карасев в своей книге «Как получать от выставок максимальную выгоду?», фрагменты из которой мы представляем вашему вниманию.

Цветовое оформление стенда

Влияние цветов на психику человека научно доказано; как по отдельности, так и в сочетании они вызывают у людей определенную психологическую реакцию. Цвета могут выступать в качестве оптических раздражителей, обострять чувства, повышать или ухудшать настроение, привлекать или отталкивать, создавать теплую или холодную среду, визуально увеличивать или уменьшать размеры помещения и т. д.

При оформлении стенда важно учитывать, что каждый цвет рождает определенные ассоциации в сознании людей. К примеру, красный цвет всегда привлекает внимание, способствует активной деятельности, создает атмосферу теплоты и радости. Оранжевый — это цвет энергии и оптимизма. Он способствует концентрации внимания, повышает тонус и работоспособность. Черный символизирует сдержанность, обособленность, вызывает эффект торможения, зрительно уменьшает размеры помещения, а также служит хорошим фоном для проявления других цветов, которые благодаря черному усиливают свои свойства. Желтый сохраняется в памяти дольше, чем другие цвета, а белый имеет свойство визуально увеличивать размеры помещения. Цвета яркой гаммы — красный, желтый, оранжевый — привлекают внимание посетителей и подчеркивают важность сообщения. Вероятность прочтения черных букв на желтом или оранжевом фоне на 60% выше, чем на белом. При цветовом оформлении стенда дизайнер должен учитывать корпоративный стиль компании, внешний вид и качество экспонатов, размеры и организацию пространства стенда, материалы, площади поверхностей, усло-



вия освещения. Специалисты рекомендуют использовать в оформлении стенда не более двух-трех сочетающихся цветов, которые можно разнообразить за счет родственных им оттенков. Такие комбинации создают уравновешенную цветовую среду, а главное — не раздражают зрения.

Световое оформление стенда

Посетителей привлекают ярко освещенные стенды. Глаз человека всегда обращается в сторону более освещенного объекта. Посе-

тители отмечают, что комфортно чувствуют себя на равномерно освещенных стендах. Равномерное освещение позволяет сгладить контраст между светом и тенью, уменьшить нагрузку на глаза и повысить работоспособность. Направленное освещение позволяет сфокусировать внимание посетителей на конкретных объектах или зонах. При этом посетители раздражаются, когда неправильно организованное освещение стенда или витрин слепит глаза. Для теплых цветов предпочтительнее освещение лампами накаливания, для холодных — люминесцентным лампами бело-

го цвета. Свет мягких тонов создает приятную для общения атмосферу: лица собеседников выглядят естественно, в то время как при свете белых люминесцентных трубок они кажутся холодными и бледными.

Как оставить у посетителей наиболее яркие впечатления?

Несмотря на то, что около 90% информации человек получает через зрение, известно, что на выставке посетитель перегружен визуальной информацией, поэтому яркие впечатления оставляют действия, которые вовлекают и другие органы чувств.

Воздействуйте на все пять чувств человека! Помимо визуального канала восприятия, на посетителей можно воздействовать через слух (тихая легкая музыка, аудиозаписи), обоняние (приятные ароматы), вкус (угощения), осязание (тактильные ощущения).

Давайте посетителям возможность потрогать вашу продукцию и попробовать ее в действии. Известно, что произведенное человеком мышечное действие запоминается лучше, чем зрительное впечатление.

Согласно исследованиям, при сборе и оценке информации люди используют чувства в разных пропорциях. Так, люди способны вспомнить 20% из того, что прочитали, 30% — из того, что услышали, 40% — из того, что увидели, 50% — из того, что сказали, 60% — из того, что сделали, и 90% — из того, что услышали, увидели, сказали и сделали.

Таким образом, чтобы добиться максимальной запоминаемости необходимо, чтобы посетители услышали, увидели, сказали и что-нибудь сделали на вашем стенде.

Предвыставочная рекламная кампания

Безусловно, профессиональные организаторы проводят перед выставкой комплексную рекламную кампанию для привлечения профильной аудитории. Однако это не означает, что оказавшись на выставке, посетители обязательно зайдут на ваш стенд.

Согласно международной статистике:

- 61% посетителей проводят на выставке только 1 день;
- средняя продолжительность посещения выставки составляет 1,7 дня;
- 25% посетителей успевают нанести визит только 5 экспонентам выставки, тогда как средний показатель равен 11;
- 76% посетителей приходят на выставки с заранее подготовленным планом, основанным на предвыставочной информации.

Таким образом, важность предвыставочной рекламной кампании сложно переоценить. Рекламная кампания вашего участия в выставке позволяет заблаговременно проинформировать посетителей о ваших предложениях, а также создать у них ощущение «чего-то знакомого» по отношению к вашей фирме или бренду. Это состояние крайне важно для людей: «знаю — значит, это менее опасно, значит, я предупрежден». В результате на выставке посетители будут выделять вас среди других экспонентов и будут относиться к вам с большим доверием, благодаря чему посещаемость вашего стенда может существенно повыситься. Так, опрос CEIR показал, что 83% компаний, которые добились высоких ре-

зультатов на выставках, использовали адресные почтовые рассылки в предвыставочной рекламной кампании.

Размещайте анонсы вашего участия в выставке в профильных печатных изданиях. Анонс может размещаться на вашей рекламной полосе и включать логотип, сроки и место проведения выставки, номер павильона, зала и стенда, аргументы в пользу посещения вашего стенда. Заблаговременно разошлите пресс-релизы в печатные издания, приложите к ним фотографии, пригласите представителей прессы на ваш стенд. Разместите подробный анонс вашего участия в выставке на корпоративном сайте, на сайтах ваших партнеров, на сайте выставки и на профильных интернет-порталах.

Полиграфическая и сувенирная продукция

Известно, что более 80% посетителей принимают решение о покупке не во время выставки, а в течение трех-шести месяцев после ее окончания. Таким образом, полиграфическая продукция обеспечивает продолжительную информационную поддержку вашей компании.

Вместе с тем, по данным исследований, до 75% всех материалов, собираемых на выставке, выбрасываются прежде, чем посетители покинут выставочный павильон. Еще 20% попадают в мусорную корзину в офисе. И лишь 5% используются по назначению. Оцените, какие информационные материалы, кому и каким способом для вас целесообразно распространять на выставке. Примечательно, что опрос Incomm Research показал: 67% посетителей предпочитают, чтобы брошюры и каталоги высылались им по почте после выставки, в то время как 33% предпочитают получать информационные материалы непосредственно на выставке. Предложив выслать информационные материалы по почте, вы проявите заботу о посетителе и получите прекрасный повод для обращения к нему после выставки.

Информационные материалы должны быть рассчитаны на разные группы посетителей и могут включать: визитные карточки, материалы для целевых посетителей (буклеты, прайс-листы), для промо-акций (листовки), для VIP-клиентов (каталоги, альбомы и т.д.), а также материалы для СМИ. Все эти материалы должны быть готовы за 2-4 недели до открытия выставки. Первые экземпляры вы сможете отправить постоянным клиентам, а у персонала будет время внимательно ознакомиться с их содержанием.

При составлении текстов используйте «язык выгоды», включайте в ваши материалы полезную для клиентов информацию.

Полиграфическая продукция — это элемент имиджа вашей компании, одна из ключевых «точек контакта» с клиентами. Важную роль играют оформление и качество информационных материалов. Грамматические ошибки, брак печати и прочие недочеты недопустимы. Желательно, чтобы ваши информационные материалы были не только качественными и содержательными, но и не похожими на другие.

Что же касается сувениров, их использование на выставках с каждым годом приобре-

тает все большее значение: программы лояльности и стимулирования сбыта встречаются повсеместно, поэтому потребители привыкли получать подарки. Опрос Incomm Research показал, что 52% посетителей с большей вероятностью задержатся возле стенда, на котором они могут получить подарок. Кроме того, сувениры помогают повысить запоминаемость экспонента. Как и полиграфическая продукция, сувениры могут иметь разную стоимость и значение:

— сувениры для нецелевых посетителей служат для того, чтобы отвлечь нецелевого посетителя от вашего стенда;

— сувениры для целевых посетителей, которые должны продлить у посетителя приятное впечатление о вашей компании и задержаться в его поле зрения как можно дольше (например, после окончания выставки — на его рабочем столе);

— подарки для победителей конкурсов и розыгрышей;

— VIP-сувениры. Сделайте их значимыми для ваших клиентов. Найдите вещь, которая связывала бы их с вашим бизнесом и одновременно отвечала их интересам. Используйте сувениры, которые ваш клиент сможет поставить на видное место. Можно применить и личный подход: для важных клиентов, помимо логотипа вашей компании, на сувенир можно нанести имя получателя. Во-первых, это приятно, а во-вторых, люди редко выбирают то, на чем написано их имя.

Главная задача сувенира — как можно дольше оставаться в поле зрения вашего клиента. Желательно, чтобы сувениры были функциональными. Представьте себя на месте посетителя выставки и подумайте, каким сувениром вы стали бы пользоваться, и какой подарок вам хотелось бы получить.

Сувениры должны быть качественными. Известно, что качество сувениров ассоциируется у клиентов с качеством товаров или услуг компании.

Сувениры должны быть эффективными с точки зрения соотношения вложенных средств к получаемому результату. Идеально дарить что-то интересное и оригинальное. Помните, что ценность сувенира не всегда определяется его ценой.

Стоит добавить, что пластиковые пакеты, которые обычно предлагают посетителям выставок, имеют обыкновение рваться под тяжестью информационных материалов, а носить материалы в руках неудобно. Вы можете подготовить к выставке прочные, вместительные пакеты с логотипом вашей компании.

Работа персонала на стенде

Исследования, проведенные в Великобритании и США, свидетельствуют, что успех выставки как минимум на 80% зависит от подготовки и настроения персонала. Опрос Incomm Research относительно факторов на запоминаемость экспонента через шесть месяцев после окончания выставки показал, что 55% посетителей запомнили экспонента благодаря общению с сотрудником компании на стенде. При этом, по данным статистики, 32% посетителей выставок остаются разочарованными по вине персонала стенда! Основные причины в том, что посетителям не уделяют должного внимания, они не получают квали-





фицированных ответов на вопросы, их не удастся заинтересовать.

Все эти факты подтверждают важность отбора, подготовки и организации работы выставочного персонала.

Функции выставочного персонала приведены в таблице.

Работа на выставке крайне утомительна и сильно отличается от работы в офисе. Это высшая точка напряжения сил для решения задач компании.

Специфика работы на выставке — большое количество незнакомых людей, необычная обстановка, большое количество внешних раздражителей, повышенная физическая и психологическая нагрузка.

При выборе сотрудников следует руководствоваться их профессиональными и личными качествами. Немаловажное значение при выборе имеют пол и возраст стендистов. Однако самое главное — позитивный настрой и желание работать.

Идеальный стендист должен:

- понимать цели участия вашей компании в выставке и персональные задачи;
- знать вашу целевую аудиторию;
- располагать информацией о составе посетителей выставки, о клиентах и партнерах вашей компании, об истории компании, о состоянии отрасли;
- знать характеристики, особенности и технические возможности представленных экспонатов;
- иметь сведения о ваших конкурентах, знать политику взаимоотношений с конкурентами, вашу позицию в конкурентной борьбе, уметь корректно сравнивать возможности вашей компании с деятельностью конкурентов;
- быть коммуникабельным, уметь оперировать своими знаниями и четко излагать свои мысли;
- уметь классифицировать посетителей, знать методы работы с разными типами посетителей, уметь привлекать и удерживать их внимание, владеть техникой представления товаров и услуг, обладать искусством убеждения, приемами аргументации и доказательств, уметь слушать и задавать наводящие вопросы, быть внимательным в разговоре;
- уметь производить хорошее впечатление, вызывать симпатию, создавать доверительную атмосферу;
- уметь определять потребности клиента;
- рационально распределять время общения с разными посетителями;
- быть стрессоустойчивым, уметь сдерживать эмоции;
- уметь быстро ориентироваться в обстановке и приспосабливаться к обстоятельствам, оперативно анализировать и исправлять ошибки;
- быть энергичным и выносливым;
- знать иностранные языки;
- обладать опытом работы на выставках;
- отвечать требованиям к сотрудникам стенда (внешний вид, манеры поведения и т. д.).

Безусловно, умение легко и непринужденно вступать в контакт с людьми и с улыбкой отвечать на вопросы и возражения — это талант. Если в вашей компании немного сотрудников с такими способностями, можно провести тренинг по эффективной работе на

Позиция	Функции
Топ-менеджеры	Ведение переговоров, поддержание контактов с клиентами и партнерами
Менеджер выставочного проекта	Координация выставочного проекта: планирование, организация, проведение, оперативное руководство, составление отчетов
Менеджеры департаментов продаж, маркетинга, рекламы и PR	Установление контактов с новыми клиентами и поддержание отношений с постоянными клиентами, регистрация посетителей
Технические специалисты	Контроль работы и исправности оборудования, ведение переговоров, регистрация посетителей
Офис-менеджер	Координация работ по охране, уборке, контроль наличия полиграфической и сувенирной продукции, продуктов питания и напитков, связь с офисом
Переводчики	Исполнение должностных обязанностей
Ресепшн-менеджеры, хостессы	Встреча, первичная классификация и регистрация посетителей, предоставление первичной информации, направление посетителей к профильным менеджерам и техническим специалистам
Привлеченный персонал	Помощь в проведении презентаций, пресс-конференций, семинаров, конкурсов и т.д.
Промоутеры	Распространение информационных и рекламных материалов на территории выставки
Грузчики, водители, курьеры, охрана, обслуживающий персонал	Исполнение должностных обязанностей

выставке. Психологи считают, что обучаемых людей гораздо больше, чем талантливых. Знания, полученные вашим персоналом на тренинге, помогут им не только на выставке, но и в дальнейшей работе с вашими клиентами. К слову, принять участие в практических семинарах, проконсультироваться по всем вопросам участия компании в выставках, а также получить полную версию книги «Как получить от выставок максимальную выгоду» можно, обратившись в агентство выставочного консалтинга «ЭкспоЭффект» (www.exproeffect.ru).

Часто посетители выставок жалуются на то, что выставочный персонал плохо осведомлен о представляемом товаре или оборудовании. Иногда стендисты просто не знают, как с ним обращаться. Это отталкивает потенциальных клиентов. Результаты опросов показали, что более половины посетителей выставок, включая ваших постоянных клиентов, проверяют ваш персонал на знание продуктов компании. Отработайте технику представления товара. Чем лучше ваши сотрудники поймут его преимущества и особенности, тем легче им будет работать на выставке и убеждать клиентов совершать покупки.

По данным опроса Incomm Research, 42% посетителей, не достигших своих целей на выставке, признались, что сотрудники компаний-экспонентов не смогли понять их потребностей. Научите ваших сотрудников выяснять проблемы, пожелания и нужды клиентов.

Особенностью выставки является то, что посетители имеют возможность сравнивать товары. Результаты исследований показывают, что 94% посетителей выставок сравнивают похожие продукты для того, чтобы убе-

диться в правильности своего выбора.

Возможность быстрого и наглядного сопоставления с конкурентами может сделать фатальной любую ошибку персонала. Вы должны подготовить к этому выставочный персонал. Соберите информацию о конкурентах. Ваши сотрудники должны знать:

- что нового представляют конкуренты;
- какова стоимость их товаров или услуг;
- каковы условия ценообразования;
- как быстро они выполняют заказы;
- каковы сильные стороны конкурентов;
- в чем преимущества ваших товаров, и т.д.

Важно, чтобы каждый сотрудник вашей компании был готов ясно и убедительно ответить на вопрос посетителя: «Почему я должен покупать у вас?»

Не следует негативно отзываться о конкурирующих компаниях или продуктах: дискредитация конкурентов может создать недоброжелательную атмосферу в разговоре с клиентами. Реагируйте на упоминание конкурентов достойно и уверенно. Фокусируйте внимание на ваших сильных сторонах.

Если вы понимаете, что прямое сравнение с конкурентом будет не в вашу пользу, необязательно объяснять, лучше ваша компания или хуже, главное, что у вас нечто другое: «Да, это неплохая компания. Вы хотите узнать, чем мы отличаемся?»

Не обязательно, чтобы все члены команды были экспертами во всем. Однако на выставке кто-то из сотрудников всегда должен ответить практически на любой вопрос посетителя или, по крайней мере, знать, кто может на него ответить.

Обсудите с персоналом план выставочного проекта и маркетинговую программу. Объясните сотрудникам цели и задачи вашего участия в выставке. Важно, чтобы они понимали, зачем они должны делать то, что вы им поручаете. Это придаст им ощущение важности их работы, позволит задуматься над тем, как они могут способствовать успеху компании, и предложить свои идеи и решения, которые будут полезны на выставке. Важно, чтобы сотрудники рассматривали работу на выставке как возможность получить новый опыт и повысить профессиональный уровень.

О внешнем виде стендистов

Приходя на выставку, посетитель хочет не только выбрать необходимый продукт, но и посмотреть, кто и как его продает. Ему важно увидеть людей, с которыми ему, возможно, придется работать. Это накладывает на стендистов дополнительную ответственность. Как известно, продукты делятся на осязаемые (товары) и неосязаемые (услуги). Чем менее материален продукт, тем важнее роль продавца.

Гарри Беквит в книге «Продавая незримое» пишет: «Перед тем, как принять решение, человеку нужно оправдать это решение перед самим собой. Поэтому он ищет отличия, которыми можно обосновать свое решение. Это значит, что чем больше похожи друг на друга две компании, тем более важным становится каждое отличие между ними». Если трудно найти действительно значимые отличия, потенциальный клиент ищет намеки на них в оформлении выставочного стенда, качестве полиграфической продукции, внешнем виде и поведении стендистов, и т. д. По внешности стендистов многие посетители делают вывод о вашей компании, поэтому, чтобы не подвергать угрозе ее имидж и производить благоприятное впечатление, выставочный персонал должен выглядеть безупречно.

Любой человек при встрече с незнакомцем неосознанно анализирует его, выясняя, опасен он или нет. Иными словами, «свой» он или «чужой». Подобная оценка является стандартной программой, обусловленной инстинктом самосохранения. Известно, что люди, которые выглядят хорошо, вызывают больше доверия, чем те, кто выглядит менее привлекательно. Однако выставочная практика показывает, что нередко солидный деловой стиль одежды персонала отпугивает определенную часть посетителей, которые чувствуют себя неловко и стесняются обращаться к стендистам. По мнению психологов-бихевиористов, наибольшую симпатию у нас вызывают те, кто похож на нас самих. Согласно этому утверждению, чтобы расположить к себе посетителей выставки, нужно выглядеть как они.

Что не следует делать на стенде?

Известно, что мнение о человеке, которого мы видим впервые, как правило, составляется в течение всего пяти секунд. При этом, чтобы исправить негативное впечатление, может понадобиться до 30 минут. Это означает, что благоприятное впечатление на посетителя необходимо производить с самых первых секунд контакта. Результаты опросов показали,



что 19% посетителей выставок, включая ваших постоянных клиентов, тестируют поведение вашего персонала. Итак, что же не рекомендуется делать на стенде?

Категорически нельзя общаться с посетителями сидя. В обозримом пространстве стенда сидеть можно только во время переговоров с клиентами за столиком в переговорной зоне. Также не следует читать, листать журналы, работать за компьютером, разговаривать по телефону (звук мобильного лучше отключить), играть в игры на мобильном телефоне или ноутбуке, курить, принимать пищу, жевать, игнорировать посетителей и заставлять посетителей ждать. Исследования, проведенные Incomm Research, показали, что 58% посетителей не станут ждать на стенде представителя компании более 1 минуты, 28% — более 3 минут и только 14% посетителей готовы ждать до 5 минут. Также не рекомендуется стоять спиной к посетителям (по статистике это снижает вероятность контактов на 40-60%), объединяться в пары, собираться в группы, выяснять отношения друг с другом или по телефону, вести посторонние разговоры, использовать ненормативную лексику, обращаться к посетителям на «ты», отлучаться со стенда без ведома коллег на неопределенное время, демонстрировать усталость, поправлять одежду, заниматься макияжем и т.д. Контролировать свои действия необходимо постоянно, даже если поблизости нет ни одного посетителя!

Истинное отношение к работе всегда проявляется в действиях сотрудников, когда за ними никто не наблюдает. На выставке настоящий профессионал всегда помнит, что любое его действие является частью маркетинга, от которого зависит общий успех.

Практические советы

Если присутствие руководства на стенде невозможно в течение всей работы выставки, необходимо, чтобы на стенде было расписание, в какие дни и часы руководители будут на выставке. Предоставьте клиентам возможность встретиться с руководством вашей компании и техническим персоналом. Чаще всего именно этих людей многие клиенты никогда не видят, а личный контакт позволит укрепить деловые отношения.

На выставке ваш стенд должен функционировать бесперебойно. Нельзя допускать вероятности упустить потенциального клиента

из-за отсутствия (перегруженности, невнимательности) стендиста.

Не выкладывайте большое количество сувениров на столы и информационные стойки. Груды сувениров воспринимаются как не представляющие ценности дешевые безделушки, что порождает у посетителей «хватательный рефлекс». Лучший способ использовать сувениры — вручать их собеседникам в знак благодарности после разговора или заполнения регистрационной анкеты.

Содержите стенд в чистоте. Неряшливость и беспорядок на стенде производят губительное впечатление о компании-экспоненте.

Необходимо внимательное и демократичное отношение абсолютно к каждому посетителю. Анонимность первого контакта не позволяет предугадать, насколько перспективным может оказаться клиент. Внешний вид бывает обманчивым: обладатель роскошного костюма может оказаться случайным посетителем, а пожилой мужчина в поношенном костюме с «дежурным галстуком» может повлиять на решение о подписании крупного контракта.

Помните о времени. По статистике, посетитель в среднем проводит на стенде только 11,8 минуты, и это время должно быть использовано максимально эффективно.

При представлении продукта вы можете использовать комбинацию «характеристика — преимущество — выгода — доказательство». Рассказывайте посетителям о позитивном опыте работы с другими клиентами, проверившими ваш продукт на практике, приведите конкретные примеры. Это всегда вызывает интерес, люди хотят знать, что думают и делают другие.

Используйте время работы на выставке до последней минуты. Согласно исследованиям, 68% экспонентов встречали потенциальных клиентов за 30 минут до окончания последнего дня работы выставки.

Главное помнить: в выставочном проекте нет мелочей!

Николай Карасев, генеральный директор АВК «ЭкспоЭффект»





Корпорация Roland DG (Япония) представила экосольвентные чернила ECO-SOL MAX нового цвета — серебристо-металлического.

При использовании в комбинации с чернилами палитры СМУК новый цвет позволяет создавать целый ряд новых специальных оттенков, начиная с золотого и заканчивая различными другими цветами «металлик». Чернила нового цвета предназначены для использования в изготовлении стикеров, вывесок, оформления витрин и других элементов визуальной рекламы. Первое время корпорация Roland DG будет поставлять новинку как опцию для принтера/каттера Roland XC-540.

Компания «АРТ» приступила к поставкам новой разработки компании GSC — праймера для силикатного стекла и керамики.

Новинка предназначена для допечатной подготовки поверхности листовых материалов к последующему нанесению графики с помощью планшетных и гибридных принтеров, печатающих УФ-отверждаемыми чернилами. При использовании праймера обеспечивается получение более качественных результатов печати и более высокой долговечности изображений к внешним воздействиям. Новинку можно использовать для подготовки стекла, керамической плитки и других «сложных» материалов к печати на УФ-принтерах любых торговых марок.

Компания Neschen представила новый носитель для печати — Neschen Apollo Flag.

Материал представляет собой прозрачную полиэфирную ткань, оснащенную специальным покрытием, которое обеспечивает быстрое высыхание чернил после печати,

фотореалистичность напечатанных изображений с широким цветовым охватом и стойкость графики к истиранию.

Сатинированная поверхность материала обеспечивает привлекательный внешний вид готовой печатной продукции. Носитель Neschen Apollo Flag предназначен для использования в изготовлении флагов, витринных драпировок, подвесных баннеров и рекламы на местах продаж. Изображения на ткань можно наносить с помощью сольвентных, экосольвентных и УФ-отверждаемых чернил.

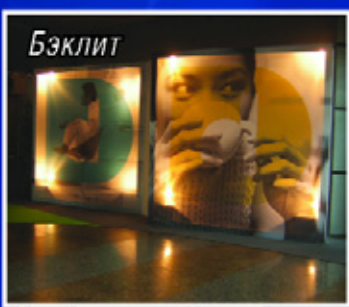
Компания «ЗЕНОН» расширила ассортимент багетных алюминиевых профилей ALU-FRAME и клик-профилей ALU-POSTER.



Теперь в линейке ALU-FRAME представлены цветные багетные алюминиевые профили различных цветов и форм. В свою очередь, в серии ALU-POSTER, объединяющей профили с отщелкивающимися крышками, появился профиль с поверхностью «шагрень», который представлен в нескольких вариантах: с круглым, овальным или плоским сечением и шириной 18, 32, 24 или 38 мм.



материалы для оформления мест продаж
для печати сольвентными, экосольвентными и УФ-отверждаемыми чернилами



Текстиль

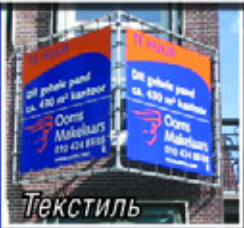
Затрудняетесь с выбором расходных материалов? Позвоните нашим менеджерам и они профессионально помогут Вам с выбором.



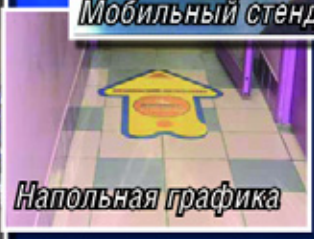
Мобильный стенд



Самоклеющаяся плёнка



Обои



Напольная графика



Текстиль

В наличии на складе в Москве

Эксклюзивный дистрибьютор
компании SEAL Graphics в России.
Тел.: (495) 363-67-90, 8-800-200-67-90
www.ler.ru, e-mail: info@ler.ru.

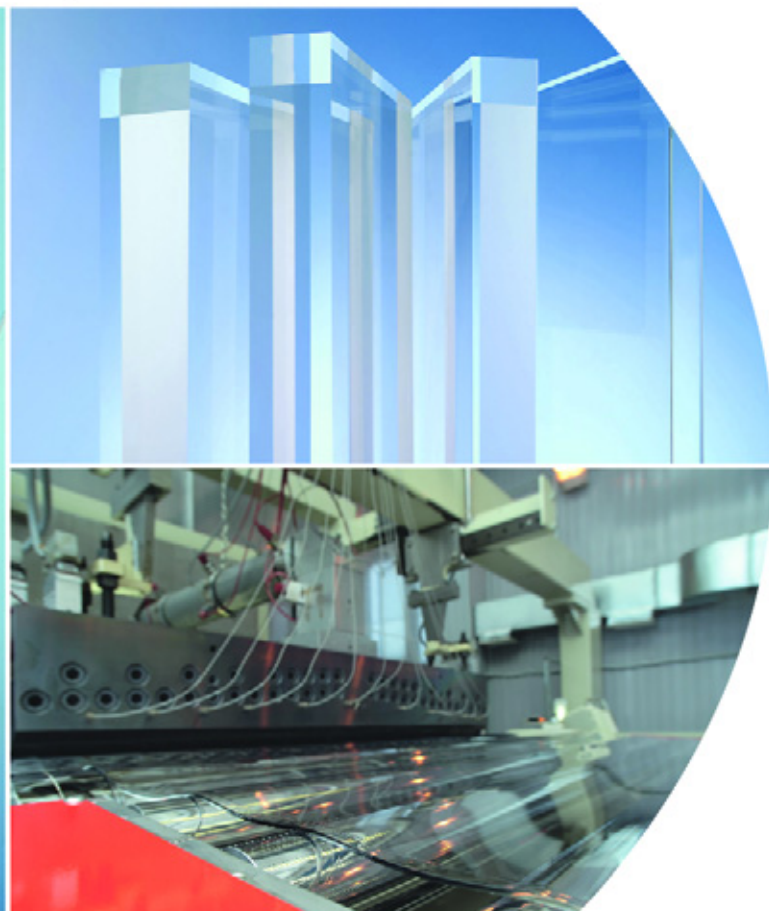
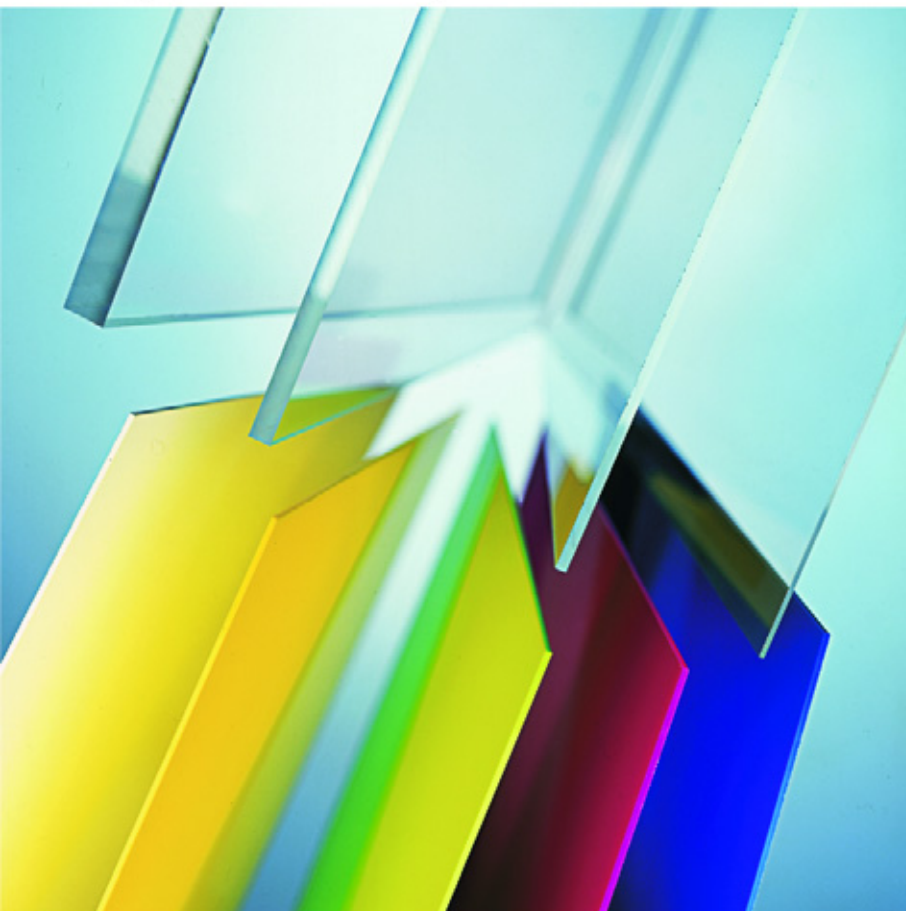


Посетите наш стенд №21D12 на выставке «Реклама-2009». Вход свободный.

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, www.hims.ru

ЦЕНТР ПОЛИМЕРОВ «Север» (Москва)
ЦЕНТР ПОЛИМЕРОВ «Юг» (Москва)
тел.: (495) 956-6666, 956-8232, факс: (495) 956-3509
cp@polymercentre.ru, www.polymercentre.ru,
www.plastic.su

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

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@wmtirk.ru,
www.wmtirk.ru

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

ВМТ-Санкт-Петербург
(812) 318 0980, 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
wmt@wmt.ru, www.wmt.ru

ВМТ-Волгоград
8442) 23-32-44, 23-87-33, 23-43-64
wmt-volgograd@lan.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;
L-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



«Комбинация акрила и диодов — реальное будущее световой рекламы»

Пять лет назад в подмосковном городе Подольске состоялось открытие производства листового акрилового стекла PLEXIGLAS® — ООО «ДЕСТЕК», соучредителем которого является компания Evonik Röhm GmbH, входящая в один из ведущих мировых химических концернов Evonik Industries. О разработках Evonik Röhm для сайнмейкеров и о планах компании по укреплению своих позиций в нашей стране рассказывает в интервью «Наружке» Эдуард Альбрехт, генеральный директор ООО «Эвоник Химия».

Эдуард Альбрехт: с 2000 года — в индустрии световой рекламы. По образованию — инженер-технолог. В свое время окончил Ганноверский университет в Нижней Саксонии, затем — экономический факультет Открытого университета в Хагене (Германия). С 2000-го по 2004 год от имени компании Röhm GmbH занимался курированием технологий, применяемых в производстве световых вывесок и рекламы, в различных странах мира, включая Китай, США и страны Европы. На протяжении пяти лет в развивающихся и европейских странах мира читал курсы, посвященные вопросам оптимизации изготовления световых конструкций.

Принимал активное участие в разработках и выводе на рынок ПММА PLEXIGLAS truLED®, который предназначен для использования в вывесках со светодиодной подсветкой.

Непосредственно планировал и управлял строительством завода по производству листового акрила PLEXIGLAS® в городе Подольске — ООО «ДЕСТЕК». В настоящее время входит в совет директоров, представляя интересы Evonik Röhm GmbH. С 2004 года — генеральный директор ООО «Эвоник Химия» (российской дочерней компании концерна Evonik Industries, которая до февраля 2008 года называлась ООО «Дегусса Химия»).



Господин Альбрехт, нам известно, что Вы не один год исследовали индустрию производства вывесок в разных странах мира. В чем, на Ваш взгляд, заключаются принципиальные отличия российской наружки от зарубежной?

Скажем, в Германии производство вывесок и световой рекламы — это стабильный средний бизнес, который представляют компании с оборотами от нуля до 30, 40 или 100 миллионов евро, существующие на протяжении десятилетий. В немецкой sign-индустрии давно сформировалась своя структура: есть компании-производители, есть — фирмы-продавцы, а есть — предприятия, специализирующиеся на монтаже вывесок. Учитывая, что некоторые из представителей отрасли работают на рынке 100 и даже 120 лет, в этом бизнесе уже давно сложились свои традиции. Сайнмейкеров в Германии объединяет «Союз светорекламщиков», который защищает и лоббирует их интересы. Добавлю, что в Евросоюзе существуют и жесткие нор-

мы по максимально допустимой яркости световых вывесок и рекламных конструкций. Очевидно, что в России все несколько иначе. К примеру, нужно быть очень хорошим водителем, чтобы проехать в вечернее или ночное время суток по Тверской в Москве и не попасть в аварию, поскольку обилие и разнообразие световых рекламных установок на этой улице отвлекают от контроля над ситуацией на дороге, а некоторые вывески буквально ослепляют. Регулированием и решением таких вопросов в Германии также занимаются профсоюзы. Кроме того, согласно законодательству, подобное в странах Евросоюза просто недопустимо.

Что же касается качества вывесок, то сайнмейкерам в России, безусловно, есть к чему стремиться и есть над чем работать. При этом болезнь «чем дешевле, тем лучше» характерна не только для России; то же самое я могу сказать и о наружной рекламе во Франции. К сожалению, дело даже не в недостатке базовых знаний у некоторых производите-

лей световых вывесок, а в отсутствии у них стремления изготавливать продукцию достойного качества...

Какие тенденции Вы наблюдаете на мировом рынке электрифицированных вывесок в настоящее время?

Во всем мире сегодня к визуальной рекламе предъявляются три основных требования: она должна быть яркой, экономичной и компактной. Что касается яркости, то до сих пор не существует материала для лицевых поверхностей вывесок и объемных букв более прозрачного, чем полиметилметакрилат. Его коэффициент светопропускания составляет 92%. Фактически это 100%, если учесть, что 4% отражается от одной поверхности акрилового листа, и еще 4% — от второй. Для сравнения: данный показатель у поликарбоната равен 87%.

Известно, что в торговых центрах каждый квадратный метр стоит очень недешево. Поэтому интерьерная рекла-

Evonik Industries: более 90 лет в России

Первый контракт о поставках в нашу страну химических удобрений фирмы Degussa, впоследствии вошедшей в концерн Evonik Industries, датирован 1918 годом. В последующие десятилетия компания, в то время известная добычей и торговлей драгоценными металлами, активно поставляла графитовые металлы в Россию. Немаловажен вклад предприятия и в развитие советской химической промышленности в 1960 годы: технологии и установки для выпуска различных химикатов СССР закупал у Degussa AG.

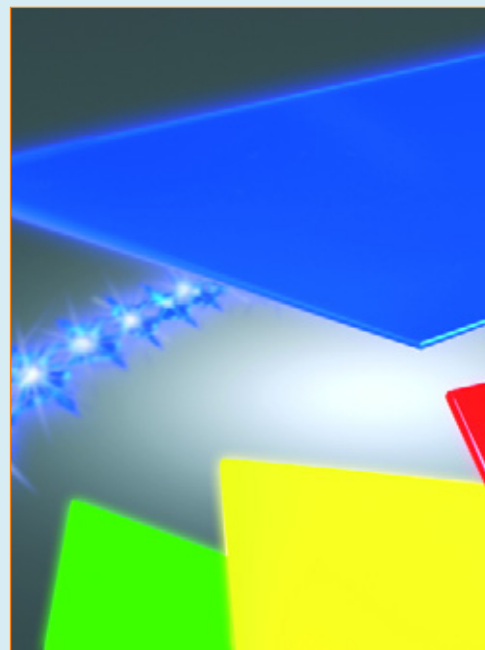
Официальное представительство Degussa AG в России было открыто в конце 1980 годов. Торговая компания ООО «Дегусса Химия» зарегистрирована в 2005 году. После вхождения Degussa AG в состав концерна Evonik Industries в 2007 году она была переименована в ООО «Эвоник Химия», в котором сегодня работает около 100 специалистов. В настоящее время в России представлены фактически все направления деятельности холдинга Evonik Industries AG, разработки которого (а их — свыше 80 тысяч) используются повсеместно: от продуктов повседневной жизни до нано- и биотехнологий.

Производители вывесок на практике нередко сталкиваются с тем, что светодиоды с белым цветом свечения, иногда даже из одной партии, варьируются по оттенку излучаемого света. Решают ли эту проблему пластики PLEXIGLAS truLED®?

Безусловно. Суть в том, что белый цвет свечения у LED-светильников достигается путем комбинации синих диодов с различными фильтрами (желтого и других цветов). Именно поэтому у белых LED-модулей каждого из производителей светодиодов свой оттенок белого. Через пластики PLEXIGLAS truLED® проходит свет только определенной, требуемой сайнмейкеру или его клиенту длины волны, все остальное свечение других оттенков фильтруется материалом. В результате получается вывеска или световой дисплей с однородно освещенной поверхностью. При этом замечу, что проблема неоднородности свечения белых LED-модулей европейских производителей, наблюдавшаяся еще два года назад, сегодня уже теряет свою актуальность.

Научно-технический прогресс неуклонно влечет за собой совершенствование самых разнообразных технологий, устройств и готовой продукции. В какой мере эволюционное улучшение потребительских качеств применимо к листовому акриловому стеклу PLEXIGLAS®?

Повторюсь: коэффициент светопропускания у ПММА максимален. Поэтому развитие линейки PLEXIGLAS® происходит за счет разработки и выпуска материалов специализированного назначения. К примеру, когда возникла необходимость в создании световых рекламных конструкций с антивандальной защитой, мы решили разработать листовую акрил ударопрочной модификации. Если же вы хотите изготовить объемные буквы, лицевые поверхности которых бы не бли-



ковали, как зеркало, в солнечную погоду, вам лучше предпочесть не обычный акрил, а сатинированный PLEXIGLAS SATINICE®.

Технологические достижения последних лет позволяют создавать продукцию, изготовление которой в конце 1990-х годов было практически невозможным. В частности, это касается производства акрила для дисплеев с торцевой подсветкой. Если еще десять лет назад размеры таких световых панелей ограничивались форматом А2 и А3, усовершенствованный метод применения светорассеивающих частиц в акриловом стекле PLEXIGLAS® EndLighten дает возможность сегодня конструировать краеосвещенные рекламные дисплеи размерами до 1600 x 1600 мм. Таким образом, ассортимент листового акрила, выпускаемого Evonik Röhm GmbH, действительно, с каждым годом расширяется, но за счет появления в нем позиций, созданных для использования в определенных нишах с учетом соответствующих требований и нужд конечных пользователей.

ма должна быть, прежде всего, компактной, и к этому сегодня стремится весь мир. Учитывая это требование, наша компания решила предложить свое решение сайнмейкерам и стала одним из основоположников технологии краеосвещенных панелей (дисплеев с торцевой подсветкой). Первоначально мы представили блочное (литое) акриловое стекло PLEXIGLAS® GS1002. Затем мы научились выпускать ПММА для ультратонких световых коробов по технологии экструзии. На основе данного материала можно создавать рекламные панели с торцевой подсветкой, толщина которых не превышает 2-3 см, что почти в десять раз меньше, чем у стандартных лайтбоксов с люминесцентными лампами или неоновыми трубками внутри. В отличие от других разработчиков технологий для краеосвещенных дисплеев, которые для обеспечения равномерного распределения света по поверхности прозрачного пластика прибегают к трафаретной печати, гравировке, пескоструйной обработке полимеров и другим способам, мы пошли другим путем. В нашем акриле для рекламных установок с торцевой подсветкой содержатся специальные светорассеивающие частицы, концентрация которых в зависимости от формата листа варьируется соответствующим образом.

Еще одним трендом на рынке световой рекламы является стремление к переходу на энергосберегающие источники света, в частности, светодиоды. Если вы работаете с LED-подсветкой, то у вас при выборе материалов для изготовления лицевых поверхностей вывесок, световых коробов и объемных букв возникает немало нюансов. Во-первых, как и в случае с краеосвещенными панелями, свет должен равномерно распределяться по поверхности светопропускающего пластика. Во-вторых, для многих заказчиков вывесок важно обеспечить одинаковый, «корпоративный» цвет вывески как в темное время суток (при включенной подсветке), так и при внешнем (солнечном) освещении. Учитывая эти требования, мы создали линейку акрилового стекла PLEXIGLAS truLED®, которое максимально пропускает и рассеивает свет от диодов только в требуемом заказчику диапазоне длин волн, а при выключении подсветки меняет свой цвет. Ранее массовое применение светодиодов в наружной и интерьерной рекламе ограничивалось из-за дороговизны этих источников света. Современные же технологии изготовления LED-светильников позволяют существенно снижать цены на диоды и, к тому же, увеличивать их цветовую гамму, что и делают такие производители светотехники, как Osram и Philips. Поэтому я убежден, что экономически выгодная комбинация ПММА и светодиодов — это реальное будущее световой рекламы.





В конце прошлого года представители ООО «ДЕСТЕК» заявляли о намерении в ближайшие годы увеличить производственные мощности завода по выпуску акрила PLEXIGLAS® в подмосковном Подольске. Будет ли это реализовано за счет наращивания объемов изготовления стандартных ПММА-листов PLEXIGLAS® XT или же за счет начала производства других разновидностей акрилового стекла?

Сегодня на предприятии «ДЕСТЕК» производится типовой экструзионный листовой акрил PLEXIGLAS® XT четырех видов. По нашим оценкам, на российском рынке специальные пластики типа PLEXIGLAS truLED® или PLEXIGLAS® EndLighten недостаточно востребованы. Полагаю, что первое производство нишевых акриловых продуктов появится в России не раньше, чем через пять-семь лет. Пока еще это экономически не выгодно.

При этом «ДЕСТЕК» имеет возможность импортировать в Россию всю линейку продукции компании Evonik R?hm GmbH в любых требуемых производителям рекламных объемах. Добавлю, что в существующем при подольском заводе технологическом центре уже не первый год проводится комплексная программа по обучению специалистов работе с акрилом, где детально рассматриваются такие вопросы, как полировка канта, склеивание, подбор источников света для вывесок из ПММА и, конечно же, правильный выбор материала для световой рекламы в зависимости от потребностей заказчика и внешних условий.

Что же касается увеличения производства стандартного акрила PLEXIGLAS® XT, то в настоящее время мы действительно рассматриваем такую возможность. Нельзя не признать, что из-за последствий мирового финансового кризиса объемы рынка потребления листового ПММА в России по сравнению с 2008 годом сократились вдвое. В настоящее время примерно 50% рынка уже в наших руках. По моим прогнозам, восстановление экономики до прекризисного уровня произойдет к концу 2010 года, и к тому времени мы планируем вдвое увеличить производственные мощности ООО «ДЕСТЕК» путем закупки оборудования для выпуска дополнительных объемов листового акрила PLEXIGLAS® XT.

Кроме того, в настоящее время мы рассматриваем возможность начала производства гранулированного сырья для экструзии листового акрила на территории Российской Федерации, которое планируется открыть через три-четыре года, а впоследствии и завода по изготовлению основного сырья для ПММА — метилового эфира метакриловой кислоты. Приблизительно через пять лет в стране появится современная мощная установка для производства данного мо-



номера для внутреннего потребления, которая будет полностью соответствовать мировым стандартам.

Прямым конкурентом ООО «ДЕСТЕК» в России является ОАО «Дзержинское оргстекло» (ДОС). При этом в начале текущего года стало известно, что одно из подразделений Evonik Industries, компания Evonik RohMax Additives приобрела у ДОС производство полиметакрилатных присадок к моторным маслам. Можно ли этот шаг расценить как начало сотрудничества между двумя производителями листового акрила, возможно, предполагающего в дальнейшем объединение в рамках холдинга Evonik Industries, или же на этой сделке ваши взаимоотношения закончатся?

Действительно, покупка производства присадок у «Дзержинского оргстекла» — это первый шаг в развитии наших

совместных проектов. Мы постоянно ведем переговоры с ДОС о кооперации на всех без исключения уровнях. В частности, мы неоднократно говорили о том, что наш концерн с удовольствием бы приобрел все производство у российского химического предприятия, от выпуска метилметакрилата до экструзии листового акрила, но не сумели найти точки соприкосновения с руководством ДОС в некоторых ключевых вопросах. В первую очередь, у Evonik Industries и «Дзержинского оргстекла» принципиально разные подходы к организации и культуре производства. Но в целом начало кооперации положено, разработанная совместно с ДОС схема производства присадок в настоящее время работает эффективно. Будущее покажет, к чему приведет развитие этого сотрудничества.

Беседовал Валентин Сучков

DIBOND®
FOREX®
KAPA®
GATORFOAM®



цифровая печать
прямая субстрат

БОЛЬШОЙ формат
с несравнимо блестящей поверхностью!

Продукция DIBOND®, FOREX®, KAPA® и GATORFOAM® фирмы ALCAN COMPOSITES гарантирует первоклассные результаты цифровой печати на жестких поверхностях. Alcan Composites постоянно тестирует и совершенствует качество своей продукции в тесном сотрудничестве с ведущими производителями печатного оборудования, что помогает создать больше возможностей для креативных решений и гарантирует блестящие результаты как при мелкоформатной печати, так и при Large Format Printing, например при рекламных кампаниях.

DIBOND®digital

Первая сэндвичная плита из алюминия покрытая лаком, специально разработанная для цифровой печати – обеспечивает оптимальное прилипание чернил, позволяет более быструю печать. Добавьте ещё такие качества, как чисто белая и абсолютно гладкая поверхность, прочность при изгибе – гарантия долговечности высококачественной печати

KAPA®mount • GATORFOAM®

Прочные лёгкие плиты с защитным слоем, пропитанном смолой или укрепленным алюминием для оптимальных результатов при цифровой печати

KAPA®plast • KAPA®mount

Блестящие и жароустойчивые лёгкие плиты

FOREX®smart • GATORFOAM®

Лёгкие плиты с чисто белой поверхностью, отличающиеся особой прочностью, обеспечивающие замечательные результаты печати, превосходное прилипание чернил, несравнимо свежие цвета

DIBOND®digital • FOREX®print • FOREX®smart
DIBOND®butterfinish

Декоративные долговечные поверхности с замечательными результатами печати – идеальны для применений с высокими требованиями к качественной оптике и прочности. Пригодны также для наружных работ

Выполняет требования норм REACH и RoHS
Made in Germany and Switzerland

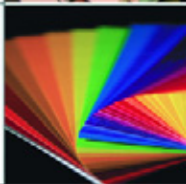
ALCAN COMPOSITES – все марки из одних рук

DIBOND® FOREX® KAPA® FOAM-X® GATORFOAM®

ALCAN COMPOSITES

CH-5643 Sins, Switzerland
Tel. +49 (0) 7731-80 36 57
Fax +49 (0) 7731-80 21 05
display.eu@alcan.com
www.display.alcancomposites.com

Мы сообщим
Вам о
дистрибьютере
поблизости.



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

Хотите сделать эффективной
почтовую рассылку
своих рекламных материалов?

Рассылайте
вместе с журналом **→**

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



МАТЕРИАЛЫ: РЕКЛАМА

НАРУЖКА



ВЕКАРПЛАН

Новые краски Вашего бизнеса

Настоящий успех не бывает монотонным и скучным.

Настоящий успех - всегда яркий, всегда нестандартный.

Решение, выходящее за пределы стандартной наезженной колеи.

Именно поэтому выбор ПВХ-листов VEKARPLAN - это выбор, который делают Лидеры рынка.



Полимерные листы



VEKA Rus • Центральный завод
и Головной офис

тел.: (495) 518 98 50 факс: (495) 777 36 13

e-mail: moscow@veka.com

Internet: www.veka.ru

ДИСТРИБЬЮТОРЫ:

ГРУППА КОМПАНИЙ Sign Alliance
Официальный поставщик

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

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

ООО «Профас», Иркутск,
ул. Полёная, д. 18
тел.: (3952) 20-75-78
zakaz@wmt.lrk.ru, www.wmt.lrk.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) 104-25-36;
e-mail: sviblova@zenonline.ru

ВЛАДИВОСТОК: (4232) 43-77-44; E-mail: vlad@zenonline.ru
ВОЛГОГРАД: (8442) 95-71-71; E-mail: vgrad@zenonline.ru
КАТЕРИНБУРГ: (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) 295-45-95; E-mail: rost@zenonline.ru
САМАРА: (846) 269-30-60/61/62; E-mail: sama@zenonline.ru
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ: (812) 622-02-02; E-mail: spb@zenonline.ru
УФА: (347) 2-401-401; 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@termahlm.ru, www.termahlm.ru

РЕМЕКС

Москва: тел./факс: (495) 363-35-36, (495) 748-38-41

МО, Реутов: тел./факс: (495) 967-75-08, www.remex.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 "Ю" (Москва)

тел.: (495) 956-6666, 956-8232, факс: (495) 956-3509

cp@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



Клей: технические возможности



В самоклеящихся пленках, как правило, три слоя: ПВХ-основа, клей, подложка. Каждая составляющая выполняет свою строго определенную и важную функцию. Настоящая статья посвящена клеевому слою.



Ведущая рубрики:

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

В графических пленках используются акриловые клеи на водной основе или на основе органического растворителя. Вода — дешевый растворитель, поэтому и клей на ее основе относительно недорог и применяется только в материалах экономкласса. Он недостаточно устойчив к влаге, поэтому срок службы пленок с таким клеем ограничивается обычно двумя годами (вне помещений). Пленку с клеем на водной основе нельзя наносить мокрым способом: со стороны клея появляются разводы. Клей на основе органических растворителей более стоек к воздействиям окружающей среды, и потому для уличной эксплуатации он предпочтительнее.

При нанесении пленки важны такие характеристики как начальная и конечная адгезия. Удобно, когда начальная адгезия низкая: в этом случае пленку можно прикладывать к поверхности, отклеивать от нее при необходимости, перемещать и снова прикладывать... Если же начальная адгезия высока, то пленку клеить трудно. Конечная адгезия должна быть высокой: это обеспечивает долгий срок службы графики.

Если стоит задача наклеить пленку быстро, наверняка без брака, силами тех, у кого еще нет достаточно опыта в работе с самоклеящимися материалами, то для этих целей подходит клей со специальными характеристиками. Существуют клеевые системы, которые позволяют перепозиционировать пленку, т.е. пленку можно двигать по поверхности и она не приклеится до тех пор, пока на нее не надавят ракелем. Кроме того, клей некоторых пленок дает возможность наносить материал без пузырей. Если пузырь образуется — его не прокалывают, а просто проводят ракелем, и воздух выходит через специальные каналы в клеевом слое. Наличие таких свойств как позиционируемость и возможность клеить без пузырей существенно упрощают аппликацию и в целом ускоряют процесс нанесения пленки.

Часто поверхности, на которые необходимо наклеить пленку, ярко окрашены или несут на себе пестрые изображения. Характерный пример — графика клеится поверх уже отслужившей пленки с печатью. В этом случае высок риск просвечивания основы. Как этого избежать? На помощь приходит клеевой слой, который бывает не только прозрачным, но и темно-серым, маскирующим. Темно-серый клей повышает непрозрачность пленки и предотвращает цветовые искажения на новом печатном изделии.

Существуют задачи, когда требуется непродолжительное использование графики: от нескольких месяцев до двух лет. Для их решения остро встает вопрос удаления пленки. В этом случае целесообразно использовать пленку с удаляемым клеем. Это позволит быстро и без существенных затрат удалить графику. Следов клея на поверхности при использовании такого материала практически не остается. Тем самым, пленки с легко удаляемым клеем позволяют экономить затраты на трудоемкий демонтаж.

Обобщим информацию. Клею могут быть присущи самые разные свойства: он может быть рассчитан на краткосрочное или долгосрочное использование, быть прозрачным и темно-серым, перепозиционируемым и нет, приклеиваться прочно сразу или через какое-то время. Клей существенно влияет на скорость аппликации и количество дефектов в конечном изделии. Из этого множества характеристик нужно правильно выбрать те, которые нужны для реализации именно вашей задачи.

**Горячее
предложение**

ПРОЕКТ КОМПАНИИ
We R.SIGNS
INTERNATIONAL



Скидка партнерам до 35%!

Блоки питания для светодиодов - БЕСПЛАТНО!

Доставка по Москве - БЕСПЛАТНО!

Подробнее на www.bigbukva.ru

Адрес для расчетов:

(495) 797 8858

INFO@BIGBUKVA.RU



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 Elkamet QUATRO барежный профиль Nielsen ORAJET для печати



МАТЕРИАЛЫ: РЕКЛАМА

НАРУЖНАЯ

27



composite panels

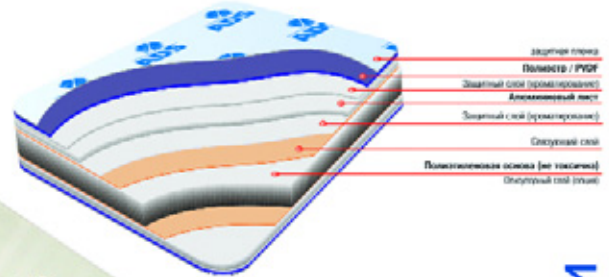
www.ads-panels.ru

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

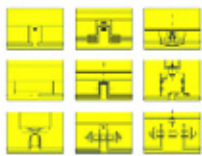
Экономичность и простота монтажа

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



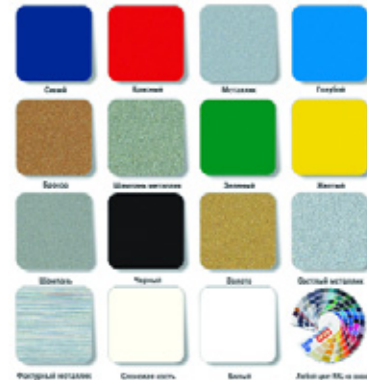
ADS панели отлично подходят для облицовочных работ, требующих формирования большого количества острых углов, разрезов, изгибов и закруглений. Материал легко поддается резке, изгибу под углом и радиусному закруглению, вальцовке, сварке полимерного слоя, стыковке краев. Все операции над панелями можно 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 пожаробезопасности установленным СНиП РФ. ADS по своим огнеупорным свойствам материал превосходит требования индекса В1 и прекрасно противостоят распространению огня и образованию задымления. Мы предлагаем панели с двумя типами центрального слоя: трудноругорючий (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 Верейская, 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

Виртуальный манекен от компании 3М — новое средство продаж или яркий способ заявить о себе

В очередной раз 3М оправдывает звание инновационной компании. Сегодня мы предлагаем решение, аналогов которому нет на рынке. Это пленка обратной проекции 3М™ Vikuiti™, на базе которой удалось создать уникальный для рынка P.O.S.-объект — «Виртуальный манекен».

Виртуальный манекен представляет собой фигурную конструкцию из прозрачного пластика или стекла толщиной 1 см, оклеенного пленкой обратной проекции 3М™ Vikuiti™, на которую проецируется динамичное изображение человека, и тем самым достигается необычный эффект. Изнутри изображение подсвечивается специальным цифровым проектором, а проецируемый образ отображается с лицевой стороны. Даже в условиях интенсивного искусственного освещения и в солнечные дни проецируемое изображение остается очень ярким; этого позволяют добиться специальный черный слой пленки, который поглощает внешний свет, и антибликовое покрытие. Также пленка обратной проекции 3М™ Vikuiti™ обеспечивает угол обзора 180° с сохранением четкости изображения без искажения цветопередачи. Виртуальный манекен оснащен колонками для передачи звукового текста и интерактивной системой приветствия посетителей.

Пленка открывает самые широкие горизонты динамичной рекламы. Особенностью пленки обратной проекции 3М™ Vikuiti™ является то, что с ее помощью можно сделать экраны самых разных форм и размеров. Достаточно вырезать и нанести пленку на любую прозрачную поверхность и установить проектор, который будет транслировать визуальный ряд. Пленка уже сейчас находит широкое применение на рынке; ее используют, например, для создания эксклюзивных форм логотипов компаний и оформления конференц-залов, где она выполняет функцию проекционного экрана. Это более компактный и экономичный рекламоноситель по сравнению с плазменными или ЖК-мониторами. Для того, чтобы технологии визуальных коммуникаций компании 3М позволяли получать максимальный эффект, наш партнер — компания ООО «MCDIS» — разрабатывает специальное программное обеспечение, адаптированное под потребности заказчика.

Сегодня на основе пленки обратной проекции 3М™ Vikuiti™ разработаны экраны с функцией Touch screen, которые легко могут стать витриной магазина и информационным столом в любом офисе.

Исследование всемирно известной организации POPAI, проведенное в Нидерландах, показало следующие результаты:

- до 27% прохожих смотрели на экраны Vikuiti™;



- до 18% проходящих мимо остановились, чтобы понять содержание рекламы на экране;
- от 15% до 33% опрошенных вошли в магазин только благодаря тому, что увидели на экране.

Цифры говорят сами за себя.

Александр Путилин, технический директор компании 3М отмечает: «Первое и самое важное, что отличает «Виртуальный манекен» — это применение целого ряда инноваций. Основной компонент, без которого невозмож-

но создание этого продукта — пленка обратной проекции 3М™ Vikuiti™. Других материалов подобного качества для обратной проекции в настоящий момент не существует. Пленка 3М™ Vikuiti™ позволяет достичь контрастного изображения высокой четкости, в том числе в условиях дневного освещения».

В зависимости от пожеланий заказчика манекен можно дополнить системой интерактива, способной распознавать, например, находящегося перед объектом человека. То есть при попадании человека в зону активности манекен будет включаться для приветствия и информирования и заканчивать при выходе «собеседника» из активной зоны. «Виртуальный манекен» можно рассматривать и как отдельный самостоятельный объект, и как интегрированную часть рекламного оформления витрин или интерьеров. При соответствующем оснащении манекена возможно менять видеоэффекты вплоть до трехмерного отображения объектов в пространстве.

Динамичное изображение, звуковое сопровождение и нестандартность представления информации «Виртуальным манекеном» 3М не оставляют равнодушными ни профессионалов рекламного дела, ни обычных прохожих.

«Я уверена, «Виртуальный манекен» открывает новые пути и возможности для представления информации о продукте потребителю. Кроме того, материалы компании 3М — это всегда высокое качество, экономия времени и нестандартный подход к решению поставленных задач», — говорит Ольга Барина, руководитель проектов компании 3М.

Компания 3М выражает особую благодарность нашему партнеру, компании ООО «MCDIS», в лице Виталия Мазуренко и Дениса Фомина за инновационный подход и реализацию широких возможностей использования материалов компании 3М.

**Коммерческая графика
3М Россия**

Тел.: (495) 784-74-79

Факс: (495) 784-74-75

www.3MRussia.ru/CG



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

Пластики для рекламы

ОРГСТЕКЛО

ПОЛИКАРБОНАТ

ПОЛИСТИРОЛ

ПЭТГ ПВХ

Композитные
алюминиевые панели

Пластики для
полиграфии

Клеи и косметика
для пластиков



более 15 лет на рынке
листовых пластиков

(495) 956-66-66

www.polymercentre.ru

ORACAL

WRAPPING VINYL

ORACAL 970

для полной оклейки автомобиля



ORACAL 951 metallic

для контурной резки графики



ORAJET 3951/3951RA
+ **ORAGUARD 290/293**

пленки для печати
«виниловой аэрографии»



Образцы работ - auto-vinil.ru

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



Окунись в мир возм



Все, что мы можем представить

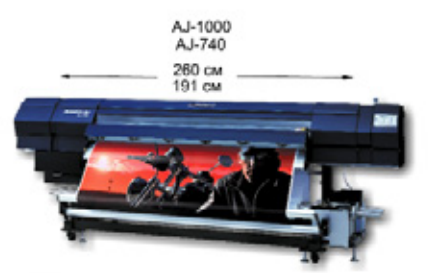
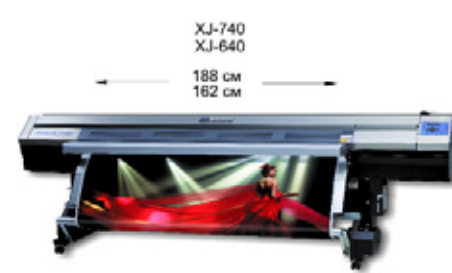
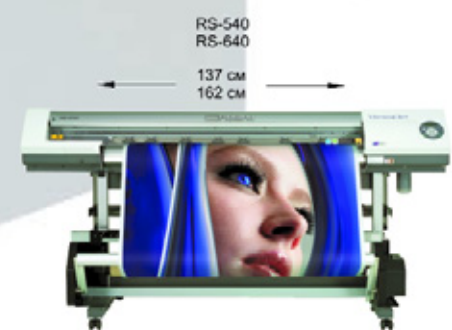
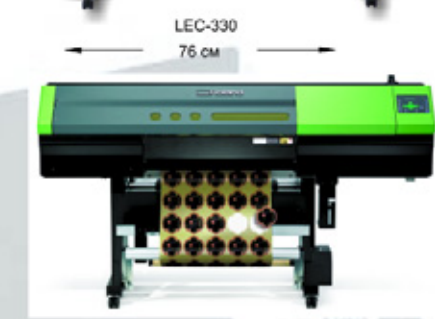
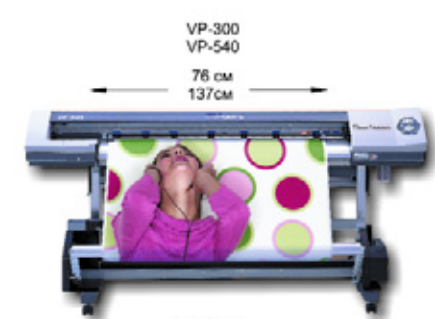
мностей Roland



и есть реальность
Надро Лукассо

www.wmt.ru

www.awa-center.ru



Imagine.  **Roland®**



Какой транспорт не мечтает стать рекламоносителем... ярким, красочным и без дефектов

Новинка от компании 3М — пленка для транспортной графики

Когда транспорт стал рекламоносителем, сказать достаточно сложно. Однако существует легенда, повествующая о том, что один предприимчивый англичанин прикреплял к своей лошади табличку «У Джонсона есть лошади и получше», и пускал ее бродить по городу. Так он рекламировал своих ездовых. Возможно, именно таким образом и зародилась идея о размещении на транспортном средстве какой-либо информации рекламного содержания. Первые сообщения имели, как правило, прямое информационное назначение.

Прошли годы, появились автомобили, автобусы, троллейбусы, а с ними и осознание того, что реклама на транспорте имеет значительные преимущества. Из очевидных, прежде всего, — функциональность и мобильность.

Помимо этого такой вид рекламы не противоречит городскому архитектурному ансамблю и гармонично вписывается в городское окружение.

При своей низкой стоимости, реклама на транспорте обеспечивает значительный охват целевой аудитории, что происходит за счет мобильности транспорта и его доступности для восприятия. Когда пешеход движется по улице, его взгляд останавливается на автотранспорте, имеющем нестандартную расцветку. И, соответственно, он обращает внимание на содержание нанесенного изображения. К тому же, согласно исследованиям психологов, динамичный рекламный образ привлекает внимание гораздо лучше, чем статичный.

Невысокая скорость движения в час пик и остановки на светофорах позволяют людям запомнить нужную информацию, к примеру, телефон или название торговой марки. Причем реклама на транспорте одинаково хорошо воспринимается различными категориями участников дорожного движения: и пешеходами, и водителями, и пассажирами.

Как сделать рекламу на транспорте заметной и непохожей на другую, а графику яркой, красочной и стойкой к механическим воздействиям в сложных дорожных условиях и при этом минимизировать временные и денежные затраты? Материалы компании 3М давно успешно зарекомендовали себя на рынке транспортной графики. В ассортименте самоклеящихся пленок производства 3М можно найти материалы не только с различным гарантийным сроком эксплуатации, но и специализированные для поклейки на разнообразные поверхности будь то, ровные борта, сложные гофрированные поверхности или даже выштамповки. Такие пленки, как и вся продукция компании 3М, высокотехнологичны, что не может не сказываться на цене. Мы все понимаем, что за качество надо платить, но в тоже время так хочется чуда!

Прислушившись к пожеланиям тех, кто работает с самоклеящимися материалами, специалисты компании 3М создали именно такой продукт, который можно было бы назвать чудом. И уже в ноябре 2009 года компания 3М, не без гордости, представит на российском рынке эту новинку — самоклеящуюся пленку 3М™Scotchcal™IJ37. Цена пленки должна позволить ей завоевать популярность в сегменте среднесрочной транспортной графики. Являясь аналогом хорошо известной самоклеящейся пленки 3М™Scotchcal™IJ40, новый материал 3М™Scotchcal™IJ37 имеет схожие характеристики. Обе пленки предназначены для печати сольвентными чернилами и рекомендованы для нанесения среднесрочной графики на ровные поверхности. 3М™Scotchcal™IJ37 — глянцевая полимерная пленка 75 мкм с перманентным маскирующим клеевым слоем, который позволяет графике не просвечиваться в случае, если на поверхность ранее было нанесено яркое изображение. Пленка имеет ту же ширину рулона, что и материал предыдущего поколения — 1,37 м. Однако у этих двух пленок кроме цены есть и другие отличия — срок службы графики, выполненной на пленке 3М™Scotchcal™IJ37, составляет 3 года.



Итак, если вы решили, что транспортная графика — это ваш бизнес, то не ошибитесь с выбором материала. Ведь от того, как компания представлена на улицах города, зависит ее имидж. Ваш транспорт должен быть ярким и уникальным, а графика безупречной в исполнении.

Теперь, благодаря широкому ассортименту материалов для печати 3М, «одевая» транспорт в «рекламную одежду», можно подобрать «размер» и «фасон» в соответствии именно с тем сроком, который является оптимальным для вашего заказчика.

По вопросам наличия материалов и за технической поддержкой вы всегда можете обратиться к специалистам отдела Коммерческой графики и нашим дистрибьюторам, список которых представлен на нашем сайте.

Развитие сети региональных партнеров станет для компании 3М одной из приоритетных задач на следующий год. В связи с этим уже с начала 2010 года мы будем активно приглашать к участию в открытом конкурсе все компании цифровой печати, которые заинтересованы в приобретении статуса сертифицированного партнера компании 3М по печати и нанесению графики. Мы предлагаем сотрудничество тем, кто хочет и может позиционировать себя в качестве интеллектуального лидера, тем, кто умеет продвигать качественный инновационный продукт таким образом, чтобы всем игрокам рекламного рынка решения компании 3М помогли развивать прибыльный и стабильный бизнес несмотря на экономическую ситуацию в мире. Если сотрудничество с нами представляет для вас интерес, вы также можете отправить свой запрос через наш сайт.

**Коммерческая графика
3М Россия**

Тел.: (495) 784-74-79

Факс: (495) 784-74-75

www.3MRussia.ru/CG

Компания LEDtronics выпустила новые светодиодные лампы серии Dimmable PAR30.

Новинки позиционируются как альтернатива традиционным галогенным и металлогалогидным лампам мощностью 66 Вт, позволяющая сокращать потребление электроэнергии на 75% при сопоставимой яркости свечения.

В серии представлены светильники со световой температурой 2700-2800К и 3200К.

Устройства не требуют специальных адаптеров для работы: их можно устанавливать в стандартные патроны типа E27. Лампы Dimmable PAR30 потребляют всего 12-15 Вт.

В каждом из светильников используется по пять 3-ваттных светодиода Cree XR-E, оснащенных пластиковыми линзами.

Прогнозируемый срок службы новинок — 5 лет.

Компания Lighting Orient разработала светодиодные светильники для подводного освещения.

Устройства излучают свет красного, синего, зеленого или желтого цветов. Их можно подключать к системе управления светодинамическими эффектами DMX 512.

Потребляемая мощность LED-ламп составляет 18 Вт. Светильники могут быть установленными под воду на глубину до 3 м.

Лампы рассчитаны на срок службы в течение 30 тыс. часов при внешних температурах в диапазоне от -25 до 50 градусов по Цельсию.

Светильники предназначены для архитектурной подсветки фонтанов, декоративных каменных сооружений, водопадов и мостов.

Компания Everlight Electronics представила новую серию светодиодных ламп для поверхностного монтажа Shuen LED.

Светильники отличаются компактностью и высокой яркостью и предназначены для эксплуатации в системах промышленного и коммерческого освещения.

В серии представлены лампы со свечением холодного белого, нейтрального белого и теплого белого, зеленого, голубого и синего цветов. Как заявляет компания-разработчик, светильники сохраняют не менее 70% от изначальной светоотдачи на протяжении 65 тыс. часов эксплуатации при рабочем токе 350 мА и поддержке температуры р-п-перехода на уровне или ниже 135 градусов по Цельсию. Угол рассеивания светового потока у ламп серии Shuen LED составляет 120 градусов.

Компания Bulbrite анонсировала выпуск оригинальных ламп на базе светодиодов серии LED Retrofit Candle.

LED-лампы, излучающие дрожащее (колеблющееся) свечение, которое имитирует пламя на фитиле обычной восковой свечи, предназначены для использования в освещении церквей, театров, баров, отелей, музеев и исторических зданий.

Светильники можно устанавливать в стандартные патроны для ламп-миньонов типа E12. Каждая светодиодная свечка компании Bulbrite имеет высоту приблизительно 14 см и ширину около 1,9 см, потребляет всего 1,5 Вт и рассчитана на эксплуатацию в течении 100 тыс. часов.

Компания digiLED представила свою новую разработку — digiTILE.

Это устройства на основе светодиодов, каждое — форматом 400 x 300 мм и толщиной 82 мм, которые можно объединять в рекламные LED-экраны для краткосрочной

эксплуатации на местах продаж или в мобильные электронные панно на спортивных мероприятиях.

В digiTILE используются высокоэффективные светодиоды фирмы Nichia (Япония). Как заявляет компания-разработчик, потребление электроэнергии у этих источников света почти вдвое меньше, чем у других распространенных в настоящее время светодиодов.

Устройства digiTILE предназначены для применения в наружной рекламе и архитектурном оформлении объектов, в рекламно-информационных установках, используемых при проведении фестивалей, концертов и других массовых мероприятий.

Компания Lemnis Lighting, Inc. объявила о запуске в серийное производство светодиодных ламп Pharaoh60.

Светильник позиционируется как альтернатива традиционным лампам накаливания. Как заявляет компания-разработчик, LED-лампы Pharaoh60 изготавливаются по прогрессивной и запатентованной технологии, благодаря которой они на 90% более эффективны по потреблению электроэнергии, чем лампы накаливания, и при этом служат в 25 раз дольше — до 25 лет.

Внешне светильники Pharaoh60 воспроизводят форму обычных ламп накаливания, могут устанавливаться в стандартные патроны и излучают теплый, мягкий свет.

Компания Cree, Inc. анонсировала выход своей новой разработки — светодиода Xlamp XP-G LED со свечением холодного белого цвета (5000К — 8300К).

Диод излучает до 367 люменов при рабочем токе 1 А и обеспечивает типичную светоотдачу 111 люменов на ватт, что на 46% ярче, чем прежний наиболее эффективный светодиод Cree, Inc. — XR-E LED.

Столь высокие показатели по яркости и энергопотреблению позволяют уменьшать количество диодов, используемых в системах освещения и подсветки различных вывесок, дисплеев и рекламных установок. Кроме того, низкая потребляемая мощность светодиодов Xlamp XP-G LED дает возможность подключать их к портативным источникам питания или солнечным батареям.

Как заявляет компания-разработчик, на конец года наметен выпуск сверхъярких светодиодов серии XP-G со свечением нейтрального и теплого белого цвета.

Компания OSRAM выпустила светодиодные лампы Parathom Classic A40.

Новинки способны излучать свет такой же яркости, что и 40-ваттные лампы накаливания, и при этом потребляют всего 8 Вт, то есть на 80% меньше электроэнергии.

Прогнозируемый срок службы диодных светильников OSRAM Parathom Classic оценивается в 25 тыс. часов.

Лампы имеют форму и цоколь стандартных ламп накаливания. Светильники не содержат ртути и не излучают ультрафиолетовых и инфракрасных лучей.

Компания Royal Philips Electronics представила новую серию светодиодных ламп — Esonic.

В серии Esonic объединены 3-ваттные лампы для акцентной подсветки с двухштырьковым цоколем GU10 и 5-ваттные лампы стандартной формы с резьбовым цоколем, соответствующие по светоотдаче 35-ваттным галогенным лампам и 25-ваттным лампам накаливания соответственно. Как заявляет компания-разработчик, новые светильники служат в 25 раз дольше, чем стандартные лампы накаливания.



НОВЫЙ ELF НА 30% ЯРЧЕ

ПО ПРЕЖНЕЙ ЦЕНЕ



ELF
ELECTRIC LIGHT FACTORY

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



	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. Велаго 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




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

ЗЕНОН И ФИЛИПС. КАЧЕСТВЕННОЙ СВЕТОТЕХНИКЕ — НАДЕЖНЫЙ ДИСТРИБЬЮТОР!!!

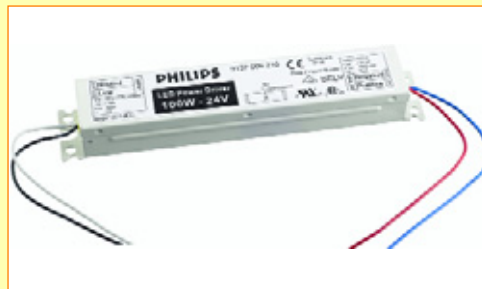
Конец лета ознаменовался очередным ярким событием в истории компании ЗЕНОН — получением статуса официального дистрибьютора Philips Lighting. Что означает имя «PHILIPS» в светотехнике объяснять не стоит — торговая марка давно и прочно закрепилась на российском рынке, став своеобразным эталоном качества. Никакие скачки курсов валют и перебои в снабжении не заставят преданного покупателя обменять PHILIPS на «обычный порошок»: светотехнику российского или китайского производства.

За право представлять PHILIPS в России непрерывно сражаются ведущие электро- и светотехнические компании, из года в год неизменно получая отказ. Компания PHILIPS придерживается консервативной политики в вопросах партнерства и за последние несколько лет число его дистрибьюторов практически не выросло — их по-прежнему чуть более десяти. Попасты в этот элитный клуб задача очень и очень непростая, но ЗЕНОНу она оказалась по силам.

Что означает для рядового покупателя очередной европейский сертификат на нашей стене? Прежде всего, существенное снижение цен. Постоянные клиенты уже обратили внимание на подешевевшие более чем на 15% источники света и увеличившуюся глубину скидок с 10% до 20% на все товары светотехнического ассортимента PHILIPS. Отныне ЗЕНОН способен работать не только с розничными, но и с мелко — и даже крупнооптовыми покупателями, ожидающих особых ценовых предложений. Да и нашим обычным клиентам — рекламным агентствам — больше не нужно гонять свой транспорт на другой конец города по пробкам за дешевой светотехникой. Её теперь тоже можно купить тут же, в ЗЕНОНе. Но новые привлекательные цены — только половина тех преимуществ, которые получают наши покупатели. Второе и не менее важное преимущество — существенное расширение ассортимента. К наиболее популярным позициям, которые и раньше были постоянно в продаже, добавилось много новинок, включая высокотехнологичные продукты. Ну и, наконец, клиенты ЗЕНОНа смогут быть уверены в постоянном наличии всей гаммы светотехнической продукции PHILIPS на складах сети, ведь отсутствие посредников и зависимости от них только добавит надежности в поставках.



Светодиодная система Affinium



Светодиодный блок питания



Светодиодный модуль

Но поговорим непосредственно о продуктах... Специалисты знают, что электромагнитные пускорегулирующие аппараты (ПРА) PHILIPS выгодно отличаются от аналогов других производителей удобством монтажа (имеют самозажимные колодки), надежностью (встречаются производители рекламы, использующие только PHILIPS) и, наконец, просто высоким качеством исполнения заметным даже на глаз. Но, к сожалению, «ПРАшки» производства PHILIPS на российском рынке всегда были представлены слабо! Проблема в том, что поставщики со светотехнического рынка предпочитают торговать более дешевыми и, увы, не всегда качественными ПРА. В результате, сайнмейкерам приходится использовать дроссели в лучшем случае финского или греческого происхождения, а в худшем даже китайского производства.

Но теперь ситуация изменилась коренным образом! ЗЕНОН, с одной стороны, решил проблему наличия ПРА PHILIPS, поддерживая большой склад, а с другой, сделал их доступными по цене. Для сравнения: за среднерыночную цену дросселей среднего качества, в ЗЕНОНе теперь можно купить настоящий PHILIPS!

Возьмем такую «мелочь», как стартеры... Стартеры PHILIPS занимают 20% мирового рынка всех стартеров и хорошо знакомы отечественному потребителю. Этот продукт мы продаем уже не первый год; он не содержит радиоактивных элементов, имеет долгий срок службы (до 10 000 включений), не окисляющиеся контакты, специальные отверстия для демонтажа, удобные для работы на высоте, а также многие другие преимущества. С переходом ЗЕНОНа на прямые отношения с PHILIPS-ом, цена на стартеры не просто упала — рухнула более чем на 30%! Хорошая новость для на-

ших постоянных клиентов, не правда ли? Суммируя сказанное, можно смело заявить: на рекламном рынке сейчас никто не предложит комплект «лампа PHILIPS + ЭмПРА PHILIPS + стартер PHILIPS» дешевле, чем ЗЕНОН. Мы это гарантируем!

Хотелось бы отдельно коснуться нового тренда в светотехнической отрасли — полупроводниковых источников света. Еще один новый продукт в нашем ассортименте — светодиодные системы Affinium от PHILIPS. «Наевшиеся» ширпотребом из Китая и наученные горьким опытом, российские сайнмейкеры все чаще задают вопросы о стабильности цветовой температуры и о сроке жизни светодиодов (особенно, если это излучатели белого цвета). Спрашивают и о гарантии. В погоне за клиентом, многие операторы рекламного рынка готовы предоставить «гарантию» даже на самые дешевые диоды. Работает такая гарантия просто — если появится покупатель, недовольный качеством, заменим по принципу: «50 рублей — не деньги». Эта уловка безусловно решает проблему сбыта, но оставляет рекламное агентство один на один с недовольным заказчиком. Ведь стоимость демонтажа и ремонта светового короба не идут ни в какое сравнение со стоимостью самого источника света, который продавец в любой момент готов так «любезно» заменить.

Опыт показывает, что лучший товар — это не тот, на который дают большую гарантию, а тот, который реально не доставляет проблем. То есть, никакой китайский «попамте» с придуманной в России торговой маркой и т.н. «гарантией» не сможет на равных конкурировать с любым известным европейским брендом имеющим многолетнюю репутацию и передовой опыт в индустрии.

О качестве светодиодов PHILIPS Affinium достаточно сказать, что именно их устанавливают вдоль платформ всех новых станций метро в Москве, начиная с 2008 года. Если учесть, что ремонт подобных объектов производится не чаще, чем 1 раз в 30-50 лет, то можно себе представить, насколько высоки требования к надежности используемых материалов! Электрические параметры PHILIPS тщательно подобраны: питающее напряжение 24V (у китайских 12V) и так называемые «управляющие диоды» обеспечивают величину и стабильность тока в цепи, при которых соотношение светоотдача/срок службы оптимально и максимально. Степень пыле- и влагозащиты на уровне IP66 касается не только LED-модулей, блоков питания, но и всех разъемов с коннекторами и заглушками, предлагающимися при изготовлении объекта. Однородность цветовой температуры (оттенка свечения белого цвета) достигается благодаря системе автоматического отбора чипов еще на этапе производства по запатентованной технологии. Добавим сюда исключительную продуманность светодиодных систем Affinium, позволяющую их смонтировать даже человеку без



Лампа TL



Металлогалогенная лампа



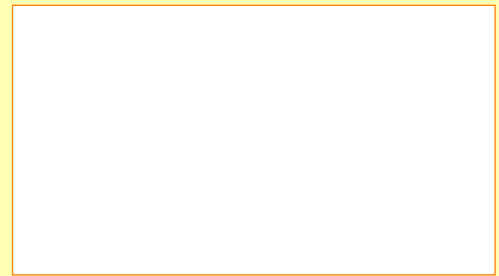
Электромагнитный пускорегулирующий аппарат



Электронный пускорегулирующий аппарат



Высокочастотный электронный балласт для ламп TL5



Лампа TL-D



Стартер

специальной подготовки буквально «голыми руками», без применения паяльника (как детский конструктор, в течение всего нескольких минут) и станет совершенно очевидно о продукте какого уровня идет речь.

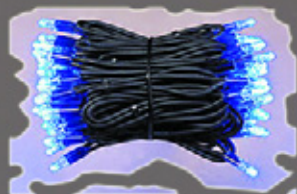
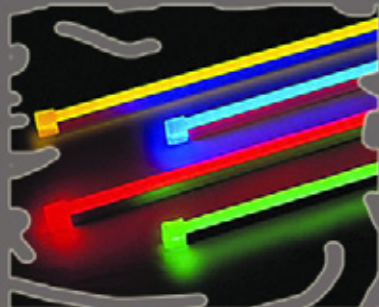
Но важнее всего то, что светодиодные системы Affinium — это, одно из немногих, возможно единственное техническое решение в России, способное выдержать самые жесткие нормы и требования на вывески и рекламу крупных транснациональных компаний и брендов. Теперь сайнмейкеры знают, что когда речь идет о гарантии, надежности, долговечности и качестве, можно положиться на светодиодные системы Affinium от PHILIPS и быть спокойными за свою работу и собственную репутацию. Гарантия на светодиоды PHILIPS — 3 года вне зависимости от цвета свечения. Являясь дистрибьютором PHILIPS, ЗЕНОН не просто декларирует «возможность поставки» светодиодных систем Affinium (таких «горе-поставщиков» хватает и без нас), а уже сейчас реально поддерживает склад по наиболее ходовым позициям. Т.е. срок доставки из Москвы до клиента будет определяться лишь расторопностью транспортной компании и составит от 3-х до 5-ти дней.

ЗЕНОН — Рекламные Поставки

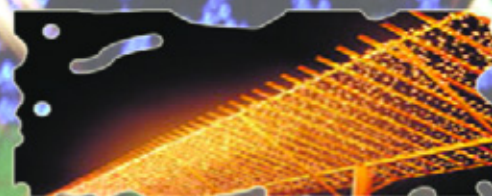
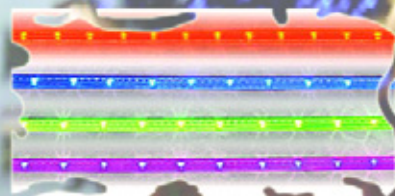
Дмитрий Бондаренко
Руководитель проекта
«Рекламная и декоративная светотехника»



**ДИОДНЫЕ
НОВИНКИ
2010**



СВЕТОДИОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЕКОРАТИВНАЯ СВЕТОТЕХНИКА



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

Почему неоновые трансформаторы выходят из строя

Благодаря усилиям зарубежных и отечественных специалистов уровень производства неоновых ламп в России в настоящее время в среднем достиг общеевропейского уровня. В числе прочего, это означает, что надежность работы газосветных установок теперь определяется не столько выходом из строя световых элементов, сколько надежностью работы элементов схемы их подключения. На основе реальных примеров из практики эксплуатации газосветных установок в нашей стране мы рассмотрим ключевые причины сбоев в работе и выхода из строя неоновых электромагнитных трансформаторов.

Основная часть эксплуатационных проблем неоновой рекламы обусловлена спецификой использования электромагнитных трансформаторов в отечественных сетях. Выход из строя львиной доли трансформаторов на световых установках есть результат плохого проектирования и монтажа.

Недогрузка и перегрузка

Газосветные трансформаторы имеют две неприятные особенности: при малой нагрузке возможно перегрев обмоток, являющийся одной из главных причин их выхода из строя, в свою очередь, перегрузка трансформатора приводит к развитию в электрической цепи высокочастотных колебаний, ухудшающих качество сетевого напряжения. Возникают помехи, способные влиять на работу конденсаторов (что приводит к пробоям) и устройств защиты (что влечет за собой ложные срабатывания автоматов).

Ошибки, возникающие при расчетах элементов цепей электропитания, часто связаны с недостоверностью исходных данных. Еще философ Гексли писал: «Математика подобно жернову, перемалывает то, что под него засыпают». Поэтому никакие правильные расчетные методики не спасут нас от ошибок, если в основе лежат недостоверные данные.

Ошибки в исходных данных имеют три источника. Во-первых, несоответствие стандартов сетевого напряжения. Большинство европейских, американских и азиатских моделей трансформаторов рассчитаны на сетевое напряжение 230 В. Могут отличаться и другие параметры, к примеру, частота сетевого напряжения (60 Гц вместо 50 Гц), а также величины допустимых отклонений. Поэтому характеристики газосветных трансформаторов, необходимые для расчета световых линий и элементов внешней



электрической цепи, верны только для сетей страны изготовителя. Во-вторых, несмотря на интернациональный характер технических знаний, формы их представления в технической документации могут заметно отличаться из-за проблем с профессиональным переводом. Таким образом, любые технические данные требуют осмысления. В-третьих, на самом деле мы всегда имеем дело с системой «трансформатор — световой контур (нагрузка)». При отклонениях от рекомендуемой нагрузки токовые и мощностные параметры трансформаторов будут отличаться от номинальных, которые предоставляются потребителю в качестве справочных. Подробнее о тонкостях в расчетах схем подключения газосветных установок и нюансах электромагнитных трансформаторов можно прочитать в выпусках журнала «НАРУЖКА. Издание для производителей рекламы» за февраль и май 2008 года.

Нарушение герметичности корпуса

Механизм образования микро- и макротрещин в бескорпусных неоновых трансформаторах весьма любопытен. Все органические компаунды в той или иной мере поглощают влагу. Различают два механизма: поглощение из газовой фазы по механизму адсорбции и поглощение из жидкой фазы (набухание). Во втором случае компаунды способны поглотить значительные количества влаги. При этом с ростом температуры количество поглощенной влаги растет. Молекулы воды, проникая внутрь компаунда, способны разрушать сетку химических связей материала, тем более, что он является неоднородным. При снятии контакта с жидкой средой наблюдается обратный процесс: частичное удаление влаги из компаунда. Повторяющиеся периодически циклы «набухание — десорбция» и приводят, в конце концов, к образованию сначала микро-, а затем и макротрещин в корпусе. Отсюда практический вывод: не следует эксплуатировать бескорпусные трансформаторы в условиях прямого воздействия жидкой фазы. Именно такие дефекты наблюдались у вышедших из строя трансформаторов, проработавших на газосветных установках свыше одного года. Если нет возможности укрыть устройства от прямого воздействия воды, то целесообразнее использовать корпусные модели трансформаторов, например, фирмы Brollo Siet.

Проблемы с динамикой

Установка, состоящая из большого количества ртутных ламп диаметром 12 мм, должна была работать в динамическом многоканальном режиме. Каждый канал содержал по две лампы. Расчет, проведенный с учетом погодных условий, показал, что достаточно использо-





вать трансформаторы с номиналом 3 кВ. Во время монтажа каналы проверялись в тестовом режиме (в режиме постоянного горения). Никаких отклонений в работе ламп не наблюдалось. Однако при работе в динамическом режиме отдельные лампы или совсем не зажигались, или же зажигались только после работы в тестовом режиме. Лампы из плохо работающих каналов были демонтированы. Проверка их электрических параметров показала, что лампы изготовлены качественно: их напряжение горения находится в пределах допуска. Поведение этих ламп можно объяснить двумя факторами. Во-первых, известно, что в момент включения холодной лампы ее электрические параметры (напряжение горения и напряжение зажигания) на 50-100 В превосходят значения тех же параметров в разгоревшейся лампе. Во-вторых, при недостатке ртутных паров в момент включения в трубах относительно малых диаметров наблюдаются реактивные колебания, которые способны привести к «отключению» управляющего элемента (симистора). Следует заметить, что этот эффект еще более ярко выражен в случае использования ламп, заполненных неоном. Таким образом, для нормальной работы ламп в динамическом режиме следует снижать коэффициент нагрузки трансформатора. Этого можно достичь двумя путями: уменьшением давления рабочей смеси в лампах или увеличением номинала выходного напряжения трансформатора. Второй путь является более предпочтительным, поскольку не влияет на срок службы ламп. В описываемом случае была произведена полная замена трансформаторов, что и обеспечило нормальную работу вывески.

Колебания в напряжении

Рассмотрим, к чему может привести действие периодически изменяющейся нагрузки. На одной из автозаправочных станций, где была смонтирована световая линия из неоновых трубок, спустя месяц после сдачи в эксплуатацию стал проявляться прерывистый режим работы, который периодически заканчивался гашением световых элементов. Осмотр показал, что электроды, рассчитанные на ток 100 мА, при питании от трансформаторов с рабочим током 50 мА, расплылись. Заказчик потребовал заменить некачественные лампы. Замеры напряжения в дневное время не выявили отклонений от нормы. Однако аналогичные замеры в вечернее время и ночью показали, что значение сетевого напряжения не превышало 180 В. Последующий осмотр электропроводки выявил факт несанкционированного подключения мощного прожектора к кабелю, питающему установку. Дополнительная нагрузка привела к сильному перегреву кабеля и падению напряжения на входе транс-

форматоров. Световые линии трансформаторов во время включения прожектора (в вечернее и ночное время суток) оказывались перегруженными, что привело к возникновению прерывистого режима работы ламп. В условиях развитых реактивных колебаний ускорились процессы деградации эмиссионного слоя электродов, что и привело к их расплыванию. И это притом, что ток в световой линии был меньше 20 мА. В результате лампы пришлось изготавливать заново за счет заказчика.

Несоблюдение температурного режима эксплуатации

Автору этой статьи пришлось расследовать и такой случай: световые элементы газосветной витринной установки после 10-15 минут работы начинали «мерцать». Осмотр показал, что виной всему были неправильные условия эксплуатации трансформаторов. Они располагались в закрытом металлическом коробе. Было принято решение об изготовлении перфорационных отверстий в коробе. Этого оказалось достаточно для охлаждения корпусов трансформаторов, и режим «мерцания» больше не наблюдался. Причина этого дефекта проста. Вследствие ухудшения теплообмена поверхностей трансформатора с окружающей средой увеличились тепловые потери в обмотках, что привело к перераспределению напряжения между выходными обмотками трансформаторов и неоновыми лампами и, следовательно, к уменьшению тока и увеличению коэффициента нагрузки. Это спровоцировало переход реактивных колебаний в релаксационную фазу, в результате разряд стал прерывистым. По счастливой случайности после начала «мерцания» установка отключалась электриком. Поэтому трансформаторы не вышли из строя, а электроды ламп не расплылись. Грамотные действия технического специалиста владельца установки позволили избежать серьезных дефектов могут иметь место, например, при расположении трансформаторов в закрытой витрине или коробе, что обязательно нужно учитывать во время проектирования установки.

Утечка тока

На установке, принятой в эксплуатацию в конце 1980-х годов, периодически начали наблюдаться отключения автоматов защиты. Было сделано предположение, что этот эффект связан с исчерпанием ресурса газосветных ламп, хотя в течение эксплуатации регулярно проводились замены вышедших из строя ламп. Полная замена ламп не привела к улучшению работы установки; отключения автоматов защиты не прекратились. Осмотр электрических элементов установ-

ки показал, что высоковольтный кабель не заменялся с момента сдачи установки в эксплуатацию и проложен по металлическим частям установки. Известно, что с течением времени в изоляции высоковольтного провода накапливаются дефекты, связанные с микропробоями, вследствие чего токовые утечки на металл увеличиваются. В электрических цепях начинают наблюдаться импульсные помехи, которые способны приводить к срабатыванию автоматов токовой защиты. Было принято решение полностью заменить высоковольтные провода и дополнительно поместить их в гофрированный пластиковый шланг. Кроме того, токовые автоматы были заменены комбинированными. Указанные меры позволили избавиться от ложных срабатываний автоматов защиты. Данный пример показывает, что такие элементы, как высоковольтный кабель, со временем могут терять свои изоляционные свойства. Поэтому при проектировании наружных вывесок необходимо максимально изолировать провода от металлических частей и от влияния окружающей среды.

Выводы

Надежность работы газосветных установок существенно зависит от работы систем электропитания. Стабильность основных элементов этих систем определяется не только их качеством, но и правильным выбором электрических параметров, обеспечивающих электрическую стабильность работы контура «трансформаторы — неоновые лампы», стабильностью и качеством сетевого напряжения и обеспечением нормального теплообмена поверхностей трансформаторов с окружающей средой.

Расчеты электрических характеристик основных элементов цепей газосветных установок носят типовой характер, однако их точность во многом зависит от исходных параметров нагрузки системы «трансформатор — неоновые лампы».

Представленный анализ причин типичных дефектов реальных газосветных установок показывает, что их плохая работа чаще всего связана с непониманием особенностей поведения системы «трансформатор — неоновые лампы» в различных условиях. Изменения погодных условий и/или параметров питающей сети способны перевести работу этой системы в неустойчивое состояние, которое и приводит к развитию самых нежелательных дефектов. Таким образом, стабилизация работы всей системы с учетом внешних факторов и есть основная задача проектирования электрических схем газосветных установок.

Светодиодные модули для световой рекламы



SAMSUNG

яркость: 55 Лм/шт.



CREE

яркость: 40 Лм/шт.



LED SMC

яркость: 35 Лм/шт.



яркость: 65 Лм/шт.

CE
IP68
RoHS



группа компаний
Sign Alliance
ОФИЦИАЛЬНЫЙ
ПОСТАВЩИК

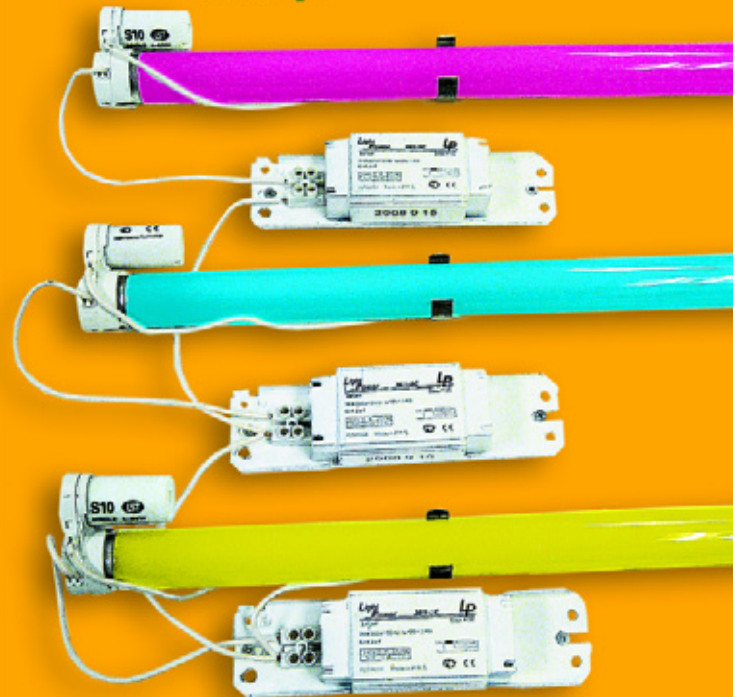
ООО «А-Дисс»
МОСКВА
3-я Богатырская ул., д. 1, к. 1
тел.: (495) 925-76-07
web@wmts.ru
www.wmts.ru

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



Электрика для рекламы от производителей



ПАТРОНЫ LST

15.011 1,80 руб.
15.501 5,30 руб.
16.821 37,00 руб.



ЭПРА LST 2x36-S2

109,00 руб.



БАЛЛАСТ Light Power

LP 15W/18W/30W/36W
от 49,90 руб.

ЛЮМИНЕСЦЕНТНЫЕ ЛАМПЫ

15W/18W/30W/36W/58W



E-mail: Kunilovskiy@argos-trade.com
Тел. 8 (921) 950 69 83
www.argos-trade.com

*Специальное ценовое предложение для подписчиков журнала!



СВЕТОТЕХНИКА : РЕКЛАМА

НАРУЖНАЯ



F.A.Q.: светодиоды в производстве рекламы

До недавнего времени в световой рекламе применялись преимущественно либо неон, либо люминесцентные лампы, но сейчас в качестве источника освещения все чаще выбирают светодиоды. В данной статье мы попытаемся ответить на наиболее частые вопросы, которые интересуют производителей рекламы: яркость, срок службы и качество светодиодных систем.

Многие рекламопроизводители все еще думают, что светодиоды — это небольшие лампочки, применяемые лишь в качестве индикаторов, что они обладают недостаточной мощностью для полноценного освещения объемных букв или лайтбоксов. Но это давно не так, и современные светодиоды гораздо энергоэффективней, чем традиционные источники света. Такие показатели, как высокая яркость, электро-пожаробезопасность, экономичность благодаря более высокому уровню энергосбережения и длительному сроку службы, отсутствие нитей накаливания и стеклянных компонентов, делают привлекательным использование светодиодов в качестве источников света. Эти преимущества позволяют рекламным компаниям и, что немаловажно, конечным пользователям, значительно сокращать затраты на установку и эксплуатацию световых вывесок, а также устанавливать рекламные конструкции там, где существуют ограничения на потребляемую мощность.

К вопросу о яркости светодиодов

Спрос на светодиодное освещение в области световой рекламы продолжает расти, поскольку компании-производители светодиодных систем непрерывно улучшают свою продукцию. Вид белых светодиодов первого поколения (конец 1990-х) был весьма «тусклым». Многие светодиоды белого свечения имели цветовые отклонения в сторону синих оттенков, что делало их малопривлекательными в качестве полноценных источников света. В настоящее время у белых светодиодов наблюдается непрерывный рост яркости, мощности и снижение стоимости. Например, компания Samsung серийно выпускает мощные диоды со световой отдачей 90 лм/Вт; в плане на третий квартал 2009 года намечено производство диодов со световой отдачей 110 лм/Вт, а в первом квартале 2010 года — 120 лм/Вт (для сравнения: светоотдача обычной лампы накаливания — 17 лм/Вт, а стандартной люминесцентной лампы — 80 лм/Вт). Светодиоды продолжают заполнять нишу освещения рекламных вывесок, и спрос на них у проектировщиков и производителей световой рекламы неуклонно растет. На современном рынке светодиодной рекламы представлены серьезно усо-

вершенствованные белые светодиоды на многокристальных чипах, обладающие высокой эффективностью, яркостью и более продолжительным сроком службы. Согласно существующим прогнозам, через пять-десять лет в 90% случаев в световой рекламе будут использоваться светодиоды. Чтобы усовершенствовать светодиодную технологию сегодня тратятся миллионы долларов на исследования. Это означает, что светодиоды, в конечном счете, заменят обычное освещение в домах и офисах и то, что рекламные компании будут в состоянии предложить своим клиентам более надежные изделия продолжительного срока службы, что не только расширит их клиентскую базу, но и станет основным фактором успешного развития. Будущее светодиодов изменится, и компаниям-изготовителям световой рекламы будут предоставлены «захватывающие» возможности. Клиенты же будут иметь более широкий выбор благодаря предлагаемому новому освещению и высокому уровню качества световых вывесок.

Фото 1. Подсветка светодиодами



К вопросу о сроке службы

Многие поставщики светодиодов заявляют срок службы до 100 000 часов непрерывной работы. Тем не менее, этот срок вводит потребителей в заблуждение, т.к. он во многом зависит от качества продукции и от критериев оценки надежности светодиодов. Даже при использовании высококачественных компонентов, уменьшение светового потока с течением времени неизбежно. Это связано с множеством факторов: эффективностью отвода тепла, температурой окружающей среды и вентиляцией, влажностью и другими параметрами. Условия эксплуатации, такие как величина и нестабильность тока, могут также существенно сократить срок службы светодиодного источника света. В настоящий момент не разработаны общие стандарты, определяющие срок службы и критерии надежности светодиодов, хотя и существуют предложения авторитетных организаций считать сроком службы время, в течение которого световой поток деградирует до некоторого значения (например, 30%) от начальной величины. Длительный срок службы — это только один из основных признаков надежности светодиода. Второй важный показатель — стабильность цветовых характеристик, которая напрямую зависит от качества кристалла и люминофора. В течение эксплуатации светодиода происходят изменения этих компонентов, что приводит к смещению спектра излучаемого цвета.

Фото 2. Светодиодные лампы



К вопросу о качестве китайской продукции

Недобросовестная конкуренция среди китайских производителей привела к тому, что в большинстве изделий, встречающихся на рынке, установлены дешевые кристаллы от малоизвестных производителей. Изначально эти светодиоды признаются годными, поскольку стартовая яркость, падение напряжения на переходе, цветовые координаты и другие параметры соответствуют всем характеристикам, указанным в спецификации производителя. В действительности же срок службы таких компонентов не превышает нескольких сотен часов. Но не все азиатские светодиоды плохие. Активная динамика рынка светодиодной продукции диктует необходимость не только осуществлять мониторинг инноваций и разработок технологических лидеров отрасли, но и при-

нимать правильные решения в стратегии использования тех или иных светодиодов в устройствах на их основе. В связи с этим на рынке появились китайские производители, использующие в своих изделиях продукцию известных компаний, таких как Samsung, Cree и Nichia. Разумеется, такая продукция несколько дороже изделий, изготовленных на основе безымянных («нопаме») чипов. В то же время потребитель должен понимать, что нет никакой необходимости украшать новогоднюю елку светодиодами Cree, и не стоит использовать «нопаме» компоненты при изготовлении ответственных изделий.

Новинки: специальные системы профилей на основе светодиодов

Крупные мировые производители комплектующих для рекламных конструкций также оценили преимущества светодиодов и стали разрабатывать новые системы для световой рекламы на их основе. Компания Comhan Holland (Голландия) предлагает новые системы алюминиевых профилей NeoxLED для торцевой подсветки светодиодами и FrameLED для изготовления тонких и легких световых коробов со светодиодной подсветкой. Завтра появятся десятки новых систем для изготовления световых рекламных конструкций: от мини-рамок до больших уличных вывесок. Благодаря надежности и экономичности светодиодов такие конструкции будут долговечными и недорогими в обслуживании.

Фото 3. Система NeoxLED



Время не стоит на месте, и твердотельные источники света неизбежно становятся все более доступными. То, что сегодня относится к категории «Hi-End», завтра будет доступно каждому.

*Борис Кузнецов,
менеджер направления «Светотехника»*

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





Компания Mutoh Europe анонсировала выпуск ряда новых разработок.

Это, в частности, новая серия режущих плоттеров — Kopa. В линейке представлены три модели катеров:



Кopa 760 для резки шириной до 1000 мм, Kopa 1400 — для работы с носителями шириной до 1640 мм, и Kopa 1650 — для обработки материалов шириной до 1890 мм.

Другой примечательной новинкой стал каландр Mutoh UniFixer 65, предназначенный для термопереноса изображений на ткань.



Аппарат совместим со всем спектром текстильных принтеров Mutoh, как сублимационных, так и предназначенных для прямой печати по ткани. Рабочая ширина у каландра UniFixer 65 составляет 1700 мм.

Устройство оснащено кварцевой инфракрасной лампой быстрого срабатывания, благодаря которой достигается аккуратный и однородный перенос красок как по длине, так и по ширине запечатанного носителя.

Кроме того, компания Mutoh Europe представила новую серию текстильных принтеров Viper TX Soft Sign.



Это аппараты с рабочей шириной 163 см и 222 см, которые предназначены для изготовления флагов, баннеров, настенных панно, изделий для оформления интерьеров и другой тканевой продукции.

Принтеры оснащены системой размотки/подмотки носителей, инфракрасной сушкой, устройством фиксации. Скорость печати у аппаратов Viper TX Soft Sign достигает 37 кв. м/ч. Печать осуществляется экологически безвредными водными дисперсными чернилами, которые не содержат летучих органических соединений.

Компания Durst Phototechnik AG представила новый широкоформатный УФ-принтер Durst Rho 900.

Аппарат оснащен технологией печати Durst Quadro 30D. Ширина печати у Durst Rho 900 составляет 2,48 м. Принтер с шестичерной конфигурацией печати способен запечатывать до 216 панелей форматом 125 x 80 см за час. Система также поддерживает функции нанесения белой краски, лака и печати чернилами дополнительных и корпоративных цветов.

Новый УФ-принтер Durst Phototechnik AG оснащен автоматической системой подачи носителей, что способствует повышению производительности оборудования.

Широкоформатные УФ принтеры FLORA
 от ГК «Континент»
 Digital Printing System

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

Приглашаем посетить наш стенд на выставке «Реклама2009» 9-12.11.2009 Павильон №2, зал №2, место 22B61

Сервисное обслуживание, обучение, запасные части, чернила

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

КОНТИНЕНТ

ИнСтанкоСервис

ОБОРУДОВАНИЕ для РЕКЛАМНОГО ПРОИЗВОДСТВА

ЦЕНА в Москве 520 тыс. РУБЛЕЙ

ФРЕЗЕРНЫЙ СТАНОК С ЧПУ ATS-2112.STANDARD

ЗОНА ОБРАБОТКИ: 2100x1200x150 мм
 МОЩНОСТЬ ШПИНДЕЛЯ: 2 кВт
 ОБОРОТЫ ШПИНДЕЛЯ: 3-18 тыс. об/мин
 ДИСКРЕТНОСТЬ ПЕРЕМЕЩЕНИЯ: 0,006 мм

- ИТАЛЬЯНСКИЙ ПРОМЫШЛЕННЫЙ ШПИНДЕЛЬ
- РЕЛЬСОВЫЕ НАПРАВЛЯЮЩИЕ И ШАРИКОВИНТОВЫЕ ПАРЫ ПРОИЗВОДСТВА ГЕРМАНИИ
- ЗАЩИТА НАПРАВЛЯЮЩИХ ОТ СТРУЖКИ
- ПРОМЫШЛЕННЫЙ ШКАФ УПРАВЛЕНИЯ

ГАРАНТИЯ И СЕРВИС ОТ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ СТАНКОВ

Компания "Альфа-Тек" - официальный представитель Одесской станкостроительной компании на территории РФ. Россия, г. Белгород, ул. Студенческая 21-а, офис №1, тел. (965) 431-44-89, (920) 560-68-18, www.isg-moscow.ru, www.alfa-tek.ru

Будьте лидером с технологией печати UV LED от Mimaki

UV LED значит ДА:

- ✓ Большому числу поверхностей
- ✓ Носителям чувствительным к нагреву
- ✓ Увеличению производительности
- ✓ Мгновенному высыханию
- ✓ Экологической безопасности

Превосходное качество, большие преимущества UV Hybrid UJV-160 и Flatbed JFX-1631

Mimaki предлагает вам большие преимущества технологии UV LED в двух моделях широкоформатных принтеров: flatbed JFX-1631 и Hybrid UJV-160. Вы можете печатать на большем числе поверхностей, чем раньше, включая носители чувствительные к нагреву. Чернила высыхают мгновенно, светодиоды не требуют времени для разогрева, а вы экономите затраты на электроэнергию.

Новая модель JFX-1631 выдает высочайшее качество благодаря интеллектуальной микрошаговой системе Intelligent Microstepping System, которая позволяет точно размещать каплю. Даже текст размером 3 pt читается хорошо.

JFX-1631

Толщина материала до 5 см и макс. размер 1,6 x 3,2 м

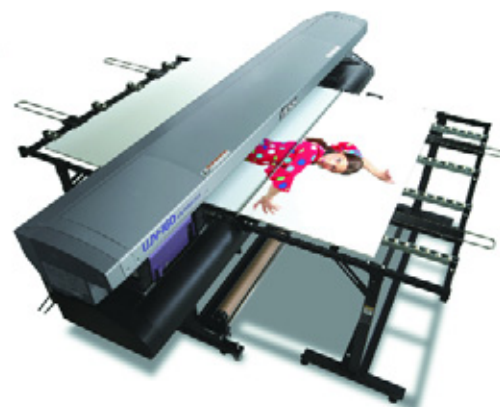


Новинка



UVJ-160

Печать на рулонных и жестких материалах без специального покрытия толщиной до 1 см и максимальным весом до 12 кг.



...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:

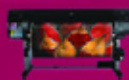
принтеры формата wide и super-wide для начинающих типографий, производителей со средними объемами, а также машины класса industrial для предприятий с промышленными тиражами. Принтеры HP призваны экономить время и повышать производительность. Принтеры HP способны печатать практически на любых известных 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 75100 - 1м и 1.5м принтер для печати изображений идеального интерьерного качества: плакаты, чертежи, художественные репродукции, фотографии.



HP DesignJet 1A5500 (NEW) - первый в мире абсолютно экологически безвредный 2.6 м метровой принтер. Печать без запаха революционными новыми чернилами с лучшей скоростью до 70М/час. Для уличных и интерьерных изображений.



HP DesignJet 8000/9000/1000 - 1.6м 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 - 1.6м метровой принтер барбанного 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 5м метровые принтеры для высококачественной печати на высоких скоростях на жестких и гибких носителях, без ограничения по длине.



HP Scitex XP2300 NEW/5300 - принтер шириной 3.2м и 5м сфокусирован 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 преобладающем количестве печати с хорошей производительностью до 110М/час.



HP Scitex T18550 - 1.6м метровой принтер барбанного 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.



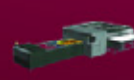
HP Scitex FB950 (NEW) - Доступное промышленное решение хорошего качества.



HP Scitex XP2750 (NEW) - Высокая стоимость печати рулонного принтера со столом для планшетной печати на жестких материалах (Ширина печати до 3.2 м на рулонах до 2.5м на листах).



HP Scitex FB6100/6050 (NEW) - 3.2м гибридный/планшетный принтер 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





КОМПАНИЯ ТЕХНОГРАФИКА

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

344101, г. Ростов-на-Дону,
ул. Профсоюзная, д. 45
тел./факс: (863) 226-38-18

Самара, 443022, ул. Кабельная, д. 7А
Тел/факс: (846)225-45-14, 979-80-81

www.t-g.ru

ШИРОКОФОРМАТНЫЕ ПРИНТЕРЫ **Wit - Color Digital**



Ultra 1000 - на печатающих головках
SPECTRA Skywalker

Ultra 2000 - на печатающих головках
XAAR 382

Ultra 860+ - 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 цветных 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



Лизинг после кризиса: новые правила игры

Еще полтора года назад отечественные представители малого и среднего бизнеса активно прибегали к такому варианту покупки техники в рассрочку, как лизинг. Теперь же невозможность прогнозировать свои доходы даже на ближайшие два-три месяца, характерная сегодня для подавляющего большинства российских компаний, зачастую удерживает предпринимателей от использования кредитов и заемных средств. Между тем у любой рекламно-производственной компании рано или поздно возникает необходимость в приобретении нового, нередко дорогостоящего оборудования. Мы решили выяснить, как изменились условия предоставления лизинговых услуг в России после экономических потрясений 2008-2009 годов.

Почему именно лизинг?

Для начала стоит напомнить об особенностях механизма приобретения техники в лизинг, которые делают его более выгодным, чем использование кредитов. Так, для получения заемных средств в банке необходимо уже имеющуюся собственность афишировать как обеспечение кредита, что финансисты рассматривают как защиту своих услуг от возможных рисков. В условиях, когда рекламодатели существенно сократили свои бюджеты на продвижение товаров и услуг, покупка нового оборудования в кредит при фактическом залоге уже имеющейся техники и/или недвижимости влечет за собой угрозу потери собственности. В случае лизингования залогом (обеспечением) выступает сам предмет сделки, то есть приобретаемое оборудование. К тому же, ставка на пользование кредитом, которую в настоящее время предлагают российские коммерческие банки, после кризиса стала непомерно высокой: от 22 до 27% в год. Для сравнения: в нынешних условиях ежегодное удорожание оборудования, приобретаемого в лизинг, составляет от 13 до 17% от стоимости оборудования при авансе 30%.

Не секрет, что за последний год объемы рынка производства наружки и вывесок в России в среднем снизились на 30-40%. Это, в частности, заставило сайнмейкеров более внимательно относиться к издержкам и максимально сократить по мере возможности свои затраты на изготовление средств визуальной рекламы. В такой ситуации пользование лизинговыми услугами выглядит еще более привлекательным, чем получение кредитов. Юридически владельцем оборудования, приобретаемого в лизинг, выступает лизингодатель до получения последнего платежа от лизингополучателя, предусмотренного условиями сделки. Если учесть, что лизинговые соглашения заключаются обычно на срок в два-три года, налог на имущество все это время выплачивает не покупатель, а лизинговая компания. К тому же, все лизинговые платежи, включая аванс, согласно законодательству покупатель имеет право относить на себестоимость как прямые затраты (в слу-

чае кредитования получатель кредита на себестоимость может относить только проценты по кредиту).

Покупка в кредит имеет и другой нюанс. Так, задолженность перед банком следует отображать в бухгалтерской отчетности предприятия, в чем нет необходимости при пользовании лизинговой услугой.

Наконец, оборудование, приобретаемое в лизинг с рассрочкой выплат на три года или пять лет, подлежит ускоренной амортизации. Таким образом, по завершении всех лизинговых платежей покупатель получит оборудование с нулевой балансовой стоимостью, что обеспечит ему экономию налога на имущество. В случае же покупки техники в кредит подобной возможности не предусматривается. В совокупности все эти факторы способствуют тому, что если клиент желает приобрести оборудование в рассрочку, для него использование кредитной схемы в нынешних условиях не является рациональным решением; остается, по сути, только один выбор — обращение к услугам лизинговой компании.

Лизингодатели защищаются от рисков

В теории приобретение техники в лизинг остается привлекательным способом разнообразить спектр предлагаемых услуг за счет ввода в эксплуатацию нового оборудования, с помощью которого можно окупать затраты на него одновременно с увеличением прибыли компании и расширением круга клиентов. Однако из-за последствий мирового финансового кризиса обращение к услугам лизинговых компаний стало уже не столь интересно, как еще два-три года тому назад. «Требования к потенциальным лизингополучателям со стороны лизинговых компаний стали более жесткими, — комментирует ситуацию Алексей Гаранин, руководитель лизинговых проектов компании «НИССА Центр (Москва). — Никто не желает рисковать. И банки, кредитующие предприятия малого и среднего бизнеса, и лизинговые компании хотят быть абсолютно уверены в том, что лизингополучатель будет платежеспособным на протяжении всего срока

действия лизингового договора». В чем же выражается ужесточение требований лизинговых компаний к своим потенциальным клиентам?

Во-первых, нельзя не признать, что в нашей стране распространено ведение двойной бухгалтерии, когда в официальной отчетности компании могут показываться реальные обороты, но при этом объемы прибыли существенно занижаются. Из-за сложившейся нестабильности на мировом финансовом рынке некоторые российские лизинговые компании стали принимать решение о предоставлении лизинговых услуг только на основе официальной отчетности, не беря во внимание управленческий учет потенциальных лизингополучателей. Очевидно, что подобная мера не позволяет целому ряду отечественных предпринимателей пользоваться услугами финансистов, поскольку их официальное финансовое состояние не удовлетворяет требования лизингодателя.

По оценкам экспертов, традиционно лизинговые компании заключают сделки на предоставление своих услуг, если величина лизингового платежа находится в диапазоне от 10% до 50% от средней ежемесячной прибыли компании за последние 12 месяцев. Если учесть, что нижний порог стоимости оборудования, предоставляемого в лизинг, составляет 900 тыс. рублей, а то и 3 млн рублей, а реальная прибыль у многих российских производителей рекламы за последний год снизилась весьма ощутимо, у некоторых — почти до катастрофического уровня, цифры, которые могут фигурировать в документах их официальной отчетности, в самом деле с большой вероятностью послужат основным стоп-фактором для заключения с ними лизинговых сделок.

Желая защитить себя от рисков, лизинговые компании в последние месяцы существенно увеличили и авансовую часть платежа. К примеру, если еще три года назад величина аванса варьировалась от 10 до 30%, сегодня она чаще всего составляет от 30% до 49%. С учетом цен на оборудование для производства наружной рекламы и широкоформатной печати (в среднем — от 20 тыс. долларов США до 300 тыс. евро), не каждая российская компания сможет себе позволить сегодня одновременно найти средства для выплаты даже 30% стоимости такой техники.

Вдобавок, по словам Алексея Гаранина, выросла и стоимость лизинговых услуг. «Это связано с тем, что банки кредитуют лизинговые компании на более жестких условиях, чем прежде», — отмечает он. Так, годовое удорожание оборудования при покупке в лизинг сегодня составляет не менее 10,2% при авансе 20% (если сделка заключается в долларах США), что в полтора раза больше, чем до кризиса. В рублях же эта величина в настоящее время достигает в среднем 14-17% при авансе 25-30%. То есть, если стоимость оборудования составляет 400 тыс. рублей, а лизинг предоставлен на три года, покупателю предстоит выплатить в общей сложности 570-604 тыс. рублей...

Беспрецедентное предложение на рынке лизинговых услуг разработала компания Hewlett-Packard, установив нулевой размер авансового платежа, ограничив годовое удорожание до 7-7,5%, предусмотрев рассрочку выплат до пяти лет. Однако, по словам Евгения Кузнецова, менеджера отдела продаж оборудования для широкоформатной печати компании «ЛРТ», эти условия распространяются только на технику стоимостью от 100 тыс. долларов США. К тому же, очевидно, что в данном случае выбор оборудования ограничен только печатными машинами HP. Как заметил Алексей Гаранин, учитывая непрос-

тую ситуацию на рынке, другие ведущие зарубежные производители оборудования в настоящее время, возможно, также разрабатывают выгодные схемы продаж своих устройств в лизинг. Впрочем, пока о конкретных предложениях с их стороны пока ничего неизвестно.

Реалии

И все же, несмотря на столь жесткие условия, лизинг в нашей стране широко практикуется, а к услугам лизинговых компаний, как и в докризисный период, продолжают обращаться российские производители средств визуальных коммуникаций. «Многие лизинговые компании, с которыми мы сотрудничали до кризиса, существуют и сегодня, — замечает Алексей Гаранин. — Не все из них, конечно, имеют возможность финансировать новые покупки: примерно 50% обслуживает лизинговые сделки, заключенные до осени 2008 года. Тем не менее, в последнее время наметилась тенденция к нормальному развитию экономики в нашей стране, о чем свидетельствует, в частности, поступление в нашу компанию значительного числа звонков от финансистов с предложениями о сотрудничестве».

Как правило, у каждой фирмы, специализирующейся на поставках оборудования для производства наружной рекламы, будь то гравировально-фрезерные станки или широкоформатные принтеры, уже существуют налаженные связи с лизинговыми компаниями. Покупатель, желающий приобрести оборудование в рассрочку, может предложить дистрибьютору и выбранного им партнера по финансированию. При этом не стоит забывать, что у каждой лизинговой компании свои условия сотрудничества и свои требования к потенциальному лизингополучателю. «Если лизинговая компания рассматривает не только официальную отчетность, но и управленческий учет, — это большой плюс, — отмечает Алексей Гаранин. — Такой компанией, в частности, является «Дельта-Лизинг», с которой мы сотрудничаем не один год. В свою очередь, банк «ВТБ 24» интересен тем, что работает с клиентами по всей территории России через сеть своих региональных офисов». Среди других активно работающих сегодня лизинговых компаний можно также назвать «ТрансФин-М», «Кредит-Европа-Лизинг», «КМБ Банк», «РГ-Лизинг» и «Европлан».

Несмотря на кризис, продажи оборудования для производства коммерческой графики и визуальной рекламы продолжают продолжаться. Стоит ли прибегать к услугам лизинговых компаний сегодня, когда курс рубля к евро и доллару прогнозировать невозможно, условия финансистов чрезмерно жесткие, а развитие ситуации на рынке непредсказуемо? Конечно же, на этот вопрос каждый потенциальный покупатель дорогостоящей техники должен ответить себе сам. В последние месяцы немало рекламно-производственных фирм заняли выжидательную позицию, откладывая запланированное ранее приобретение новой техники на неопределенное будущее и ограничивая тем самым возможности своего роста. Если же компания абсолютно уверена, что выбранное ею оборудование позволит зарабатывать в последующие пять-десять-пятнадцать лет больше, чем сейчас, и что в нем есть ощутимая потребность именно сегодня, а решение 30 раз взвешено и обдумано, очевидно, что покупка машины произойдет в любом случае, вне зависимости от условий финансового рынка.

Валентин Сучков





СТАНКИ

модели для любого бюджета и различных областей применения



ПРИНТЕРЫ

интерьерные и широкоформатные



ЛАЗЕРЫ

гравировка и резка широкого спектра материалов



ПЛОТЕРЫ

АЛЬТИМА
группа компаний



ДИОДНЫЕ МОДУЛИ КЛАСТЕРЫ ТРУБЫ ЭКРАНЫ

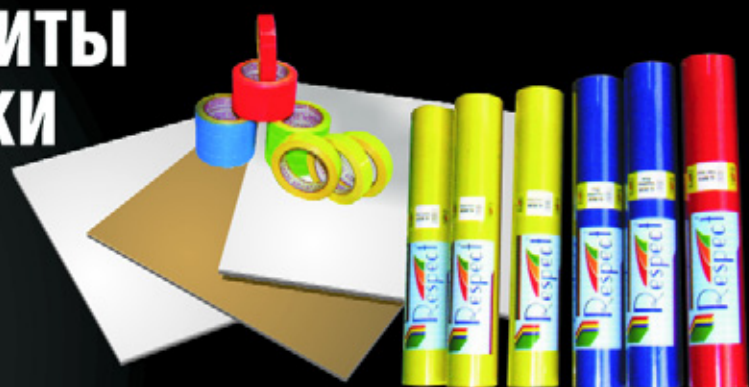
ПОДСВЕТКА ПРИ ПОМОЩИ
РАЗЛИЧНЫХ ИСТОЧНИКОВ
КОНТРОЛЛЕРЫ



**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)



Торговая компания «РК»

0% кредит*

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», Hipertherm (США)
- в комплект входит: компрессор с блоком фильтров тонкой очистки воздуха

ОБРАБАТЫВАЕМЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Сталь конструкционная
 Сталь коррозионно-стойкая и титан

3D фрезерно-гравировальные станки РК 1000 / РК 203 / РК 204 S

**В НАЛИЧИИ
на СКЛАДЕ!!!**



**РК 1000 - 1 300 000 руб.
 РК 204S - 1 121 000 руб.
 РК 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

РК 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 восьмой.

2007 год в мировой истории визуальных коммуникаций был ознаменован целым рядом рекордов. Среди них — и беспрецедентное число выпущенных моделей оборудования для широкоформатной печати, и новые достижения в области светотехники, и величина проявленного и специалистами, и общественностью интереса к индустрии, о чем можно было судить по итогам отраслевых выставок. В нашем предпоследнем ретроспективном обзоре публикаций журнала «Наружка» мы перелистываем страницы издания с ноября 2006-го по октябрь 2007 года, взглядыываясь в недавнее прошлое sign-рынка с позиций настоящего времени.

#75-11-2006

Ход конем по-голландски

«О деятельности Ose Technologies B.V. (Нидерланды) рассказывает менеджер по экспорту в России компании Ose Technologies B.V. Стиф Дэйманн.

«Н.»: У каждой компании, работающей в индустрии технологий для широкоформатной печати, есть своя уникальная черта. Чем, на Ваш взгляд, Ose Technologies отличается от других игроков на рынке?

С. Д.: «На протяжении десятилетий мы создавали разработки, у которых прежде не существовало аналогов. К примеру, в области ксерографии американские и японские машины работают по схожей технологии — изображение переносится на бумагу электростатическим путем. В нашей же технике используется совершенно иной способ — фактически копируемые машины Ose представляют собой комбинацию принтера и офсета. Другой яркий пример: в октябре мы представили скоростной принтер, с помощью которого можно тиражировать документы в сотнях тысяч копий формата А4 в неделю. Это первая в мире машина, печатающая одновременно на двух сторонах бумажного листа.

Столь же неповторимой разработкой является и планшетный принтер Ose Arizona 250 GT. В этой машине интегрированы решения, инновационные для всей индустрии цифровой печати. К примеру, за счет того, что каретка с блоком печатающих головок движется не вдоль широкой стороны листа, а параллельно его длине, нам удалось увеличить скорость печати на 30-40%. Благодаря еще одной инновационной технологии, печать осуществляется каплями переменного объема от 6 до 42 пиколитров. В результате удается воспроизводить текст, набранный мелким шрифтом, с очень высокой четкостью, а это, в свою очередь, дает возможность использовать Ose Arizona 250 GT в промышленной печати».

От редакции. Как показало время, технологии, реализованные в широкоформатном УФ-принтере Ose Arizona 250 GT, обеспечили этой



модели популярность среди печатников по всему миру. Представители Ose Technologies N.V. называют принтер «одной из лучших разработок компании». Успех этой плоскочечной машины подтверждает и тот факт, что корпорация Fujifilm Sericol заключила OEM-соглашение с Ose N.V. о поставках УФ-принтеров Ose Arizona под брендом Fujifilm Acuity. Вдобавок, на базе данной системы в последующие годы компания-разработчик сконструировала еще четыре модели (Ose Arizona 200 GT, 300 GT, 350 GT и 350 XT), в двух из которых была реализована функция нанесения белой краски на носитель, что еще более расширило возможности применения этих принтеров в различных областях.

#76-12-2006

Струйная фотопечать от гуру в фотоиндустрии

«Всего за полгода с момента появления на мировом рынке принтер Canon iPF9000 успел завоевать славу «революционного плоттера». Действительно, в этой машине, предназначенной для производства интерьерной графики шириной до 1525 мм, применена беспрецедентная технология печати в 12 цветов с разрешением до 2400 dpi. Традиционный шестичерный чернильный набор расширен за счет красителей красного, зеленого и синего (RGB) цветов. Это позволяет получать максимально точное воспроизведение полноцветной графики с фотографическим качеством. В свою очередь, за счет использования чернил серого и светлого серого цветов удается достичь гладкой равномерной заливки и высокой стабильности цвета при печати черно-белых полутоновых изображений. За счет сверхмалого объема капли (4 пл) достигается реальное разрешение печати в 1200 x 2400 dpi».

От редакции. Несмотря на то, что широкоформатные принтеры Canon серии imagePROGRAF (как и принтеры HP Designjet серии Z) позиционируются главным образом как оборудование для фотостудий и профессиональных фотографов, с их помощью можно успешно выполнять печать интерьерной рекла-



мы для самых взыскательных и требовательных заказчиков. Однако и у «революционного плоттера» пользователи обнаружили ряд недостатков, которые компанией Canon были устранены в обновленной версии принтера — в модели Canon imagePROGRAF 9100, появившейся осенью 2007 года. В частности, в новом аппарате используются чернила Lucia улучшенной формулы, благодаря которым обеспечивается более высокое качество черно-белых отпечатков. Все это в очередной раз подтверждает, что потенциал струйной печати еще не исчерпан, и что по мере эволюции научно-технического прогресса цифровые технологии неуклонно вытесняют аналоговые.

#77-02-2007

Нюансы прямой печати по стеклу

«Печать на неограниченном спектре материалов в Москве предлагают более десяти компаний. Однако практически каждая из них работает на отличном от своих коллег-конкурентов оборудовании, что, в особенности при печати на стекле, является весомым фактором, так как каждая из компаний применяет свои чернила и вспомогательные средства. Большинство подобных машин печатают УФ-отверждаемыми чернилами, образующими полимерное покрытие. Оно, в отличие от сольвента, который должен вьедаться в материал, закрепляется на его поверхности. Однако до сих пор обе технологии имеют свои ограничения по нанесению на обычное стекло, поэтому изображению в данном случае требуется дополнительная защита, например, покрытие лаком».

От редакции. Технологически прямая печать УФ-чернилами по силикатному стеклу имеет немало нюансов, которые производители расходных материалов до сих пор пытаются решать, одни — путем создания эластичных красок, другие — путем разработок специальных праймеров, усиливающих адгезию чернил к материалу. На практике же гораздо проще и экономичнее применять для оформления стеклянных поверхностей самоклеящуюся пленку (в том числе — перфорированную), которую можно запечатывать с помощью как УФ-отверждаемых, так и сольвентных, и латексных чернил. Учитывая реалии российского рынка, в которых редко когда оформление торгового объекта живет более трех лет без каких-либо изменений, а при этом фасадные и внутренние поверхности таких помещений все чаще используются для размещения краткосрочной рекламы, трудоемкое создание монументальных широкоформатных творений путем прямой печати по стеклу не представляется рациональным решением.

#78-03-2007

LED-рекорды — 2007

«Компания OSRAM Opto Semiconductors представила новую версию сверхъярких светодиодных источников света OSTAR Lighting с величиной светового потока свыше 1000 люменов. Разработка, отличающаяся большей яркостью, чем 50-ваттная галогенная лампа, может применяться в самых разных областях общего освещения. Первые промышленные образцы OSTAR Lighting будут изготовлены в течение ближайших трех месяцев.



Новая модель принтера от компании Canon предлагает отличное качество отпечатков благодаря технологии печати с помощью чернил Lucia. Скорость печати принтера — до 50 кв. м в час. Подробности на с. 56



Специальный механизм принтера для печати по стеклу



Компания «СЕНДИ» представляет: SATURNJET-1000 от 900. Лучший в мире латексный струйный принтер из Южной Кореи. Подробности на с. 52.

Сверхъяркий светодиодный источник света оснащен шестью расположенными близко друг к другу высокомоощными чипами. Разработка OSRAM также устанавливает новые стандарты по светоотдаче источников света, выделяя 75 люменов на ватт при рабочем токе 350 мА».

От редакции. Разработчики LED-технологий продолжают устанавливать все новые и новые рекорды. К примеру, летом 2008 года в лаборатории компании OSRAM Opto Semiconductors удалось получить опытный образец светодиода, который при стандартных условиях измерений при токе питания 350 мА обеспечил световой поток в 155 лм, а световую отдачу — 136 лм/Вт, а в мае текущего года в серийное производство этой же компанией был запущен миниатюрный (с размерами корпуса 3 x 3 мм) светодиод с белым цветом свечения Oslon SSL LED, который по световой эффективности не уступает лидерам в классе со светоотдачей 100 лм/Вт. Вполне вероятно, что в ближайшие два-три года именно эта величина станет стандартом для светодиодов, используемых в подсветке рекламных конструкций.

#79-04-2007

Комбинация технологий в динамике «Корстон»

«Комплексное оформление развлекательного центра «Корстон» на улице Косыгина, д. 15, выполнено рекламно-производственной компанией «РЕКО». После победы в тендере, длительного согласования и предпроектной подготовки в конце 2006 года началось изготовление и монтаж рекламного панно и крышной установки «Корстон». Помимо большого объема работ сложность заключалась в том, что все изменения и окончательные решения принимались «с колес» в ходе работ.

Крышная часть и логотип «HOTEL KORSTON» выполнены с применением светодиодной технологии: использовано более 12000 кластеров по четыре светодиода в каждом. Основное панно выполнено в традиционной неоновой технике с многослойной структурой накладки неона на плоскость. Средняя часть панно оформлена RGB-трубками с многофункциональной динамикой. Все части — и крыша, и панно — работают в динамическом режиме, для чего использовались специальные контроллеры от компании «Мультисеть». Общая длина неоновых трубок на панно — 7 км».

От редакции. Оформление отеля «Корстон», выполненное компанией «РЕКО» — яркий пример успешного сочетания классического (неонового) и относительно «юного» (светодиодного) способов светового оформления фасадов. Брать лучшее у каждой из технологий и эффективно использовать их преимущества, в том числе — и в их сочетании, — решение, которое представляется не только профессиональным, но и поистине разумным.

#80-05-2007

От башмака над дверью сапожника — к объемным буквам с подсветкой

«Доподлинно неизвестно, когда в Москве впервые появились вывески в виде бутафорс-



ких предметов или плоских щитов с надписью и рисунком, сообщающие о названии заведения и роде его деятельности. Можно предположить, что произошло это в XVII — XVIII веках.

Первоначально вывесочные изображения наносились на деревянную, покрытую левкасом основу или холст. Краски, которые использовали изготовители вывесок, были яркими и интенсивными. Олифа, покрывающая законченные изображения, обеспечивала им долгую жизнь, но спустя какое-то время вывески все-таки темнели, и их обновляли подобно иконам, покрывая более темные части свежей краской. К концу же XIX века чаще всего вывески делали из листов кровельного железа с деревянным подрамком. Не редкостью в это время были и вывески с действительно объемными буквами — из меди, цинка или «английской белой жести», папье-маше или дерева, стекла или фарфора»...

От редакции. Для «мастеров-вывесочников» Москвы, работавших в XVII, и даже в XIX веках, технологический арсенал современного сайнмейкера показался бы чудом, в которое невозможно поверить. Увы, богатство функций оборудования XXI столетия и разнообразие приемов, материалов и инструментов для воплощения творческих идей в наши дни нередко остается невостребованным владельцами торговых точек, которые продолжают мыслить шаблонно и экономить на собственном имидже, к примеру, предпочитая световой короб вывеске из изящных объемных букв, ограничивая тем самым развитие своего бизнеса. Возможно, нынешние экономические испытания все-таки подтолкнут заказчиков вывесок и рекламы к более творческому и эффективному продвижению своих товаров и услуг.

#81-06-2007

Широкоформатный цифровой офсет из Кембриджа

«Компания Inca Digital Printers (Великобритания) представила высокоскоростной широкоформатный планшетный УФ-принтер Inca Onset. Система может печатать со скоростью до 500 кв. м/ч изображения форматом до 3,2 x 1,5 м. Оборудование оснащено 576 печатающими головками Spectra (с 73 728 дюзами в общей сложности).

Технология печати Edge-to-Edge, которая интегрирована в Inca Onset, позволяет выполнять печать без полей на материалах толщиной до 10 мм и весом до 10 кг при работе оборудования в режиме максимальной производительности.

Как заявляет компания-разработчик, для управления принтером достаточно одного оператора, при этом на подготовку устройства к эксплуатации требуется всего 20 минут в начале каждого рабочего дня. В стандартной комплектации оборудование поставляется вместе с полностью автоматизированной системой подачи/приема носителей. Коммерческие поставки широкоформатного УФ-принтера Inca Onset начнутся в конце лета текущего года».

От редакции. С момента своего появления на мировом рынке в апреле 2007 года печатные машины Inca Onset, которые довелось увидеть только единицам специалистов (габариты станка не позволяли демонтировать принтер «вживую» на отраслевых выставках), за



Покупатели оборудования Inca Onset выбирают его за надежность. Подробности на стр. 55.



UV-лазеры ColorSpan — новое изобретение или параллельная реальность. Подробности на стр. 58



Компания BMT-Стелвис стала эксклюзивным дистрибутором через BARRACUDA COLOURS в России. Подробности на стр. 31

прошедшее время уже установлены в Великобритании, США, Канаде, Испании и Нидерландах. Цифровая технология печати, реализованная в системе, по своей производительности напрямую конкурирует с широкоформатным офсетом, и при этом позволяет с максимальной возможной оперативностью изготавливать единичные экземпляры печатной продукции. Добавим, что в июле 2008 года инженерам компании Inca Digital Printers удалось повысить скорость печати Inca Onset go 600 кв. м/ч путем интеграции в систему режима двунаправленной печати. Очевидно, что подобные технологические решения ускоряют укрупнение бизнеса поставщиков услуг в области производства коммерческой графики.

#82-07-2007

Больше винила — цветного и белого!

«В июне компания ORAFOL Europe GmbH приступила к строительству новых заводских помещений в Ораниенбурге (Германия). Необходимость в наращивании мощностей компании обусловлена постоянным ростом спроса на продукцию ORAFOL.

В новых цехах, строительство которых планируется завершить 31 декабря текущего года, будут установлены линии по производству специальных литых и экструзионных материалов, а также машины для нанесения покрытий и рафинеры. Общая полезная площадь строящихся цехов составит 5 000 кв. м. Помимо производственных помещений, на прилегающей территории также строится трехэтажное здание, в котором расположатся лаборатории ORAFOL по испытаниям и разработкам новых технологий».

От редакции. Возведение новых производственных помещений компанией ORAFOL — убедительное подтверждение того факта, что спрос на самоклеящиеся пленки не только не уменьшился за прошедшие годы, вопреки прогнозам некоторых экспертов, но и продолжает увеличиваться. В настоящее время компания не только продолжает инвестировать средства в развитие завода в Ораниенбурге (а в марте этого года стало известно, что на обустройство предприятия выделена дополнительная сумма, превышающая 8 млн. евро), но и наращивает свои производственные мощности в США.

Похоже, в силу своей популярности торговая марка компании «Oracal» будет еще не один год использоваться в нашей стране в качестве синонима термину «самоклеянка»...

#83-08-2007

Производительности всегда недостаточно

«Наружка» беседует с Джейн Седроне — маркетологом EFI VUTEk, которая уже более 12 лет курирует деятельность компании по защите бренда, запуску новых машин, стимулированию продаж, рекламе и PR.

«Н.»: В чем решения для печати EFI VUTEk ближайшего будущего будут превосходить машины, выпускаемые сегодня?

Дж. С.: В скорости. Когда появились первые принтеры для печати сверхкрупного формата, их производительность измерялась в диапазоне от 1 до 25 кв. м/ч. Сегодня этот показа-

тель достиг 400 и даже 500 кв. м/ч. Со временем скорость печати возрастет до отметки в 1000 кв. м/ч. Такое оборудование будет иметь успех в первую очередь у компаний, специализирующихся на трафаретной печати и, конечно же, будет востребовано и другими производителями коммерческой графики. Даже по нашему опыту могу сказать, что окончательный выбор макета для печати происходит обычно в самый последний момент. А высокопроизводительные машины позволяют выполнять многотиражные заказы в максимально сжатые сроки, рекламным агентствам — укладываться в дедлайн, а самим владельцам оборудования — получать прибыль быстрее и в более крупных объемах, чем сейчас».

От редакции. Действительно, скорость самых производительных принтеров сверхширокого формата с каждым годом приближается к отметке в 1000 кв. м/ч, и вполне возможно, достигнет этого показателя в ближайшие полтора-два года. Вместе с тем стоит учитывать, что потенциальных потребителей такого оборудования отнюдь не так много, как пользователей широкоформатных печатных машин с гораздо меньшей производительностью и рабочей шириной 1,2 — 2,6 м, но обеспечивающих более высокое («интерьерное») качество печати. Поэтому с большой долей вероятности можно предположить, что в ближайшем будущем усилия разработчиков технологии цифровой печати будут направлены в большей степени на расширение производительности, функциональности и качества печати струйных принтеров широкого формата, рассчитанных прежде всего на сайнмейкеров, а не на крупные печатающие компании.

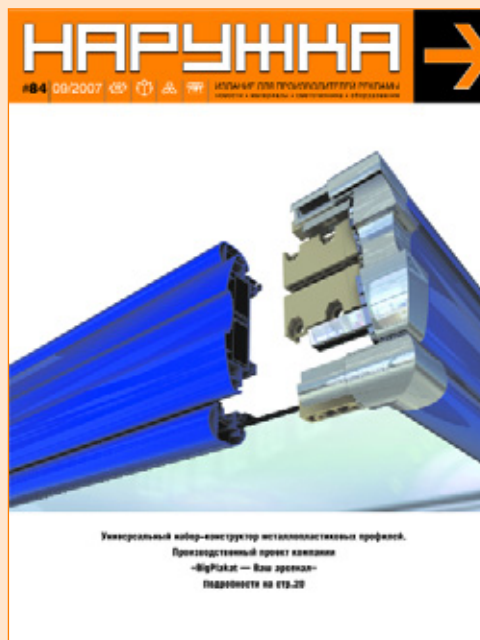
#84-09-2007

Экологичное решение для производителей неона

«На российском рынке появилась инновационная серия электродов Mer Plus, разработанная компанией EGL (США). Новинка представляет собой принципиально новый тип электродов, снабженных инсталлированной капсулой со ртутью 99,999%. Данные комплектующие призваны обеспечивать дополнительную безопасность при изготовлении газосветных трубок. Наличие капсулы непосредственно в электроде позволяет мастеру неоновых цехов исключить из работы такой типичный производственный этап, как создание ловушки для ртути, а также избежать прямого контакта с этим опасным веществом.

Капсула расположена перед керамическим воротничком под определенным углом, который обеспечивает точную подачу ртути в трубку, и сконструирована таким образом, чтобы выдерживать температуры в процессе бомбардирования.

Еще одним преимуществом в использовании электродов EGL Mer Plus является исключение вероятности попадания ртути в откачную систему. При этом не требуется вносить какие-либо изменения в процедуру обработки трубок. Все, что нужно сделать после откачки, заполнения газом и охлаждения трубки до комнатной температуры — поместить кольцо индукционного нагревателя над капсулой, нажать кнопку пуска, и ртуть будет выброшена из капсулы непосредственно в трубку».



От редакции. С момента изобретения неоновых источников света Жоржем Клодом в 1910 году технология производства газосветных трубок в основе своей претерпела очень незначительные изменения. Расширился спектр цветов люминофорного покрытия стекла, улучшились функциональные качества электродов, но принципы изготовления оставались прежними. Поэтому разработка компании EGL, которая упрощает и делает более безопасной работу неонщика, увидевшая свет в «Эпоху LED-модулей», не может не заслуживать внимания. Несмотря на прогрессивные достижения в области светодиодных технологий, полноценной альтернативы неону (в особенности, так называемому «открытому неону») до сих пор не появилось.

#85-10-2007

Обратная сторона широкоформатной печати

«О нюансах выбора широкоформатного принтера мы беседуем с директором экспертно-консалтингового центра FLAAR, профессором Николасом Хельмутом...

«Н.»: О каких параметрах, присущих каждому цифровому принтеру, производители предпочитают не предоставлять реальных сведений потенциальным покупателям?

Н. Х.: Это, конечно же, реальная производительность оборудования. Даже если принтер может выдавать изображения со скоростью 50 или 200 кв. м/ч, факт в том, что он не будет печатать все время. Вам необходимо останавливать аппарат, загружать в него материалы. И фирмы, выпускающие цифровые принтеры, не предупреждают пользователей о том, сколько времени потребуется на настройку машины, на очистку носителей от жира, пыли и отпечатков пальцев. К тому же вы не можете просто вставить материал в аппарат: необходимо выровнять носитель очень тщательно, но об этом в рекламных брошюрах не пишут ни слова... Никто не дает точных сведений о том, сколько отходов образуется при очистке печатающих головок, заливая чернил или же в результате ошибок, допущенных оператором.

Компании-разработчики планшетных печатных машин не указывают, какие материалы необходимо специально подготавливать перед печатью, обычно утверждая: «Вы можете печатать на чем угодно». В принципе мы знаем, что наносить изображения с помощью УФ-чернил можно на самые разнообразные носители, вот только красители далеко не всегда будут иметь сродство с этими материалами»...

От редакции. В последнее время в рекламных и информационных материалах производителей широкоформатных принтеров все чаще стали встречаться примечания и уточнения к официально заявляемым данным. Поставщикам оборудования для производства коммерческой графики снова и снова приходится ставить себя на место пользователей печатных систем: рынок продолжает набираться опыта, а высокие технологии сделали возможным почти моментальный обмен этим опытом на международном уровне. И все же, какими бы честными ни казались утверждения производителей и поставщиков устройств для широкоформатной печати и любого другого оборудования для изготовления вывесок и наружной рекламы, никогда не стоит забывать старую русскую поговорку: «Доверяй, но проверяй!».





ФИРМА	ТЕЛЕФОН	ФАКС	САЙТ	ВИДЫ ПРОДУКЦИИ
ЗМ Россия, отдел коммерческой графики	784-7474	7847475		Самоклеющиеся пленки для всех видов наружной рекламы (вывески, световые короба, маркировка транспорта). Гибкие основы для световых вывесок. Расходные материалы (пленки, ламинаты, красители) для шелкографической и электростатической печати по технологии Scotchprint.
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, флашголки). Материалы для широкоформатной 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 материалы 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, ПВХ, полистирол, поликарбонат, штендеры, пленка ORACAL, ALS-профиль, 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.
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 ЗМ: пленки, адгезивы, 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 полиэфирные ткани, материалы для термомпереноса, жесткие листовые материалы, чернила.
Компания «ЛЕНТА»	543-93-43 / 42 / 41	543-93-43 / 42 / 41	www.lenta-snail.com	Премиум-материалы для всех видов наружной рекламы, гибкие основы (баннеры), клеевые системы. Расходные материалы для работы с пленками, химия и инструмент.
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, профили Quattro и Milliken, профили для композита. Световые панели, табло и бегущие строки.
ЛРТ	787-0544, 730-5118	787-0541	www.lrt.ru	Пленки для режущих плоттеров, расходные материалы 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, 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, полиэфир, акриловое стекло, композитные панели, СПК, пластиковые и алюминиевые профильные системы, флашголки.
Центр Полимеров-М	956-6666, 956-8232	956-3509	www.polymercentre.ru	Оргстекло, поликарбонат, композитные панели, ПВХ, полипропилен, ПЭТТ, самоклеющиеся пленки ЗМ и многое другое.





ФИРМА	ТЕЛЕФОН	ФАКС	САЙТ	ВИДЫ ПРОДУКЦИИ
NEOTEC	363-4503	363-4503	www.neotec.ru	Галогенные, люминесцентные лампы и фурнитура 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 материалы 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.
Аргос-Трейд	8 -921-950-69-83	8 -921-950-69-83	Kunilovskiy@argos-trade.com	Патроны, ламподержатели, электронные балласты LST, ПРА (дроссели) Light Power, люминесцентные лампы Sylvania — 15, 18, 30, 36, 58 Вт.
ЗЕНОН-Рекламные Поставки	788-1133, 925-0506	788-1133, 925-0506	www.zenonline.ru.	Люминесцентные лампы, ПРА, фурнитура, стартеры, провод, металлогалогенные прожекторы, светодиоды, блоки питания, декоративная светотехника.
Лайт Ап	661-84-31	661-84-31	info@neonlab.ru	Яркие накладные светодиодные стробоскопические лампы.
Нео-Неон	665-48-48	665-48-48	www.supersvet.ru	Декоративное освещение: дюралайт, световые занавесы, 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, галогенные, люминесцентные лампы и фурнитура к ним.
ФорДА	(812) 380 85 55, 380 85 54	(812) 380 85 55, 380 85 54	www.forda.ru	Люминесцентные лампы и комплектующие, прожекторы, светодиодные системы, декоративная светотехника Neo-Neon.



СДЕЛАЙТЕ ЗАКАЗ

НАРУЖКА



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, гравировально-фрезерное оборудование MultiCam, вакуум-формовочное оборудование Tools Factory, оборудование для лазерной резки, листогибы, режущие плоттеры, оборудование для печати на жестких материалах.
Альтима	727-1894 многоканальный	727-1894	www.altima-sign.ru	Неоновые заводы, гравировально-фрезерные станки. Формовочное оборудование. Лазерные граверы.
Альфа Тек, г. Белгород	(965) 431-44-89	(965) 431-44-89	www.alfa-tek.ru	Продажа и сервисное обслуживание фрезерных станков с ЧПУ.
ВеМаТек- Стройтехнология	981-49-65	981-49-65	www.r-tec.ru	Печатающие и режущие плоттеры, гравировально-фрезерное оборудование, 3D-сканеры, расходные материалы.
ГК Континент	(495)638-5600; (495)225-60-32	495)638-5600; (495)225-60-32	www.kontinent-m.ru	Широкоформатные принтеры, гравировально-фрезерное 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, гравировально-фрезерное оборудование, лазерные граверы, сувенирные принтеры.
Искусство линий, творческая мастерская	739-5523	153-2211	www.isklin.ru	Печать на OCE Arizona T220, фрезерование 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, лазерные гравировальные машины, фрезервальное 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	Гравировально-фрезерные, лазерные гравировальные, плазменные машины, листогибы, вальцы, трубогибы, 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 УФ-плоттеры Ose, 3D-оборудование Roland, оборудование для термопереноса.

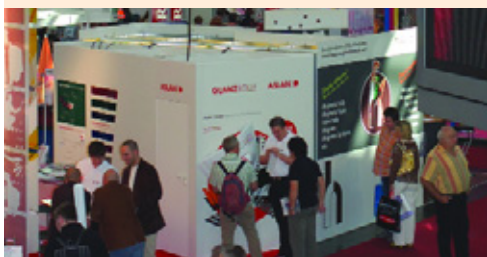
СДЕЛАЙТЕ ЗАКАЗ

НАРУЖКА

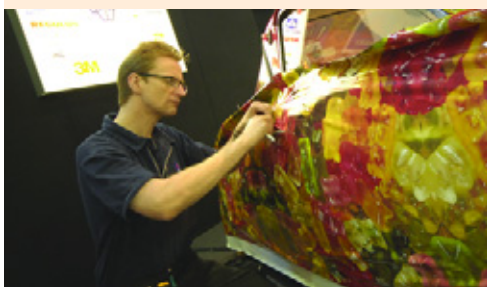
60



Среди фирм, выпускающих расходные материалы для изготовления вывесок и визуальной рекламы, не часто встретишь компанию, корни которой восходят к началу XIX века. Таким производителем и является герой нашей очередной публикации в рубрике «Формула успеха», предприятие, под нынешним именем существующее с 1991 года, но бренд которого уже давно вошел в профессиональный жаргон отечественных сайнмейкеров наряду с такими понятиями, как «плексиглас» и «дюралайт».



Следующий год обещает стать богатым на премьеры в области широкоформатной печати. Этому способствует, в частности, традиционная стратегия разработчиков оборудования приурочивать свои новинки к крупнейшим отраслевым шоу, два из которых — IPEX и FESPA — состоятся в 2010-м. Календарь международных специализированных выставок на 2010 год, целевой аудиторией которых являются сайнмейкеры со всего мира, будет опубликован в декабрьском выпуске журнала.



Для достижения оптимального качества рекламных конструкций особое внимание следует уделять соблюдению технологических требований к использованию расходных материалов, будь то самоклеящиеся пленки или листовые пластики. Путь проб и ошибок, ведущий к «изобретению велосипеда», не рационален. Начиная с ближайших выпусков издания мы открываем рубрику — «Мастер-класс», где наглядно будут освещаться нюансы обработки материалов при изготовлении вывесок.



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

Название организации

Сфера деятельности

Телефон факс

Почтовый адрес: индекс город

улица, дом

E-mail

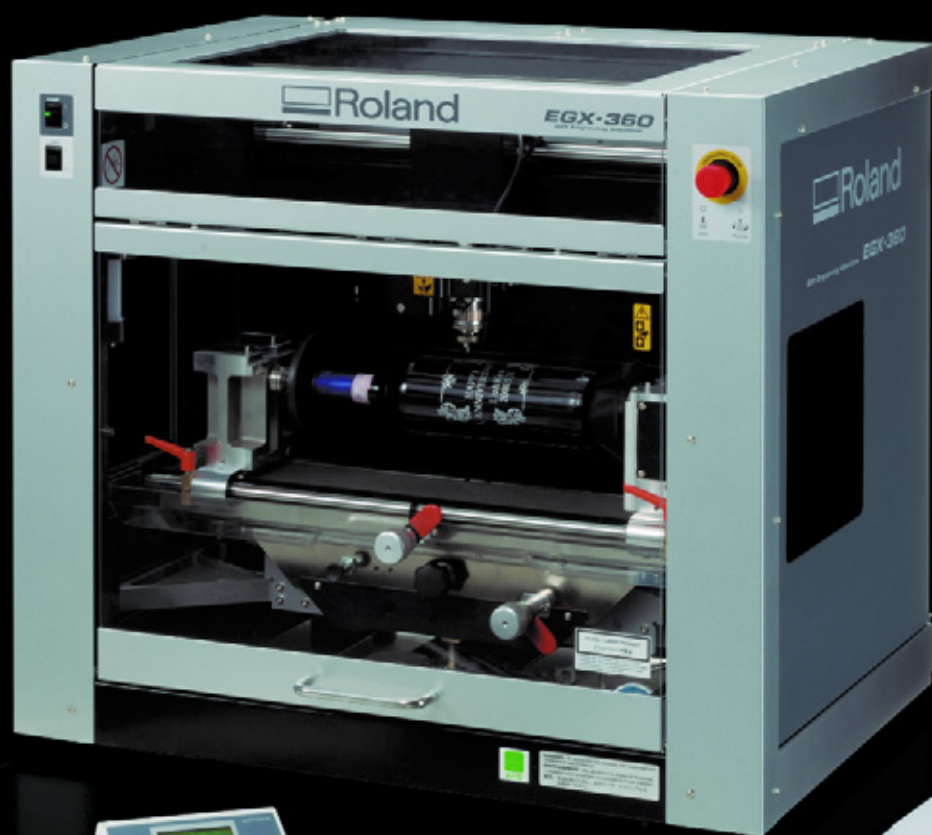
Наш адрес:
129164, Москва, ул. Маломосковская, 2, корп. 1.
«Ар энд Ди Коммуникейшнз». Тел./факс: (495) 234-7494.

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

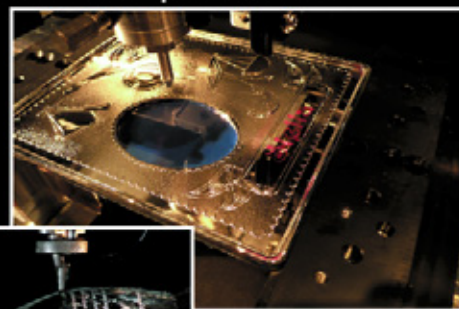


EGX-360

**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