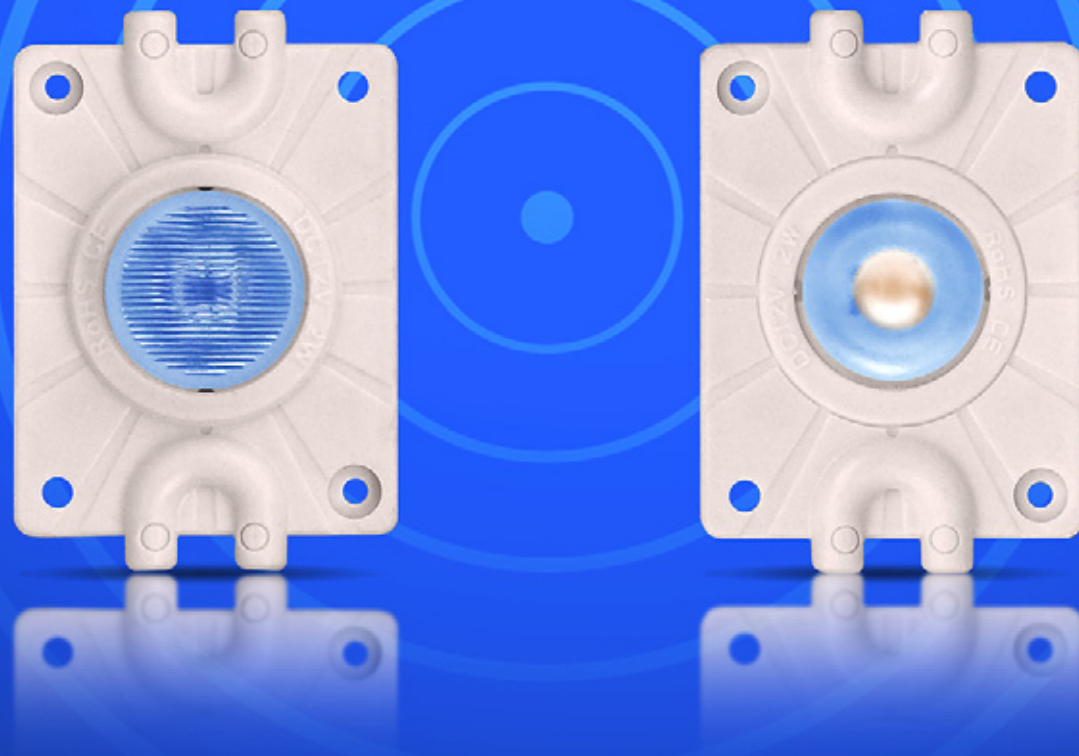




## Новое поколение сверхъярких светодиодных модулей DiodStyle. Экономим время и деньги!

Подробности на с. 24



Поставщик — DIODSTYLE

### Технические характеристики модулей 3535:

Угол светового потока:

для торцевой подсветки — 15\*45 градусов

для лицевой подсветки — 165 градусов

Яркость — 160 Лм

Гарантия 5 лет

Компания DIODSTYLE представляет линейку светодиодных модулей повышенной яркости на современных экономичных диодах 3535.

Предназначены для лицевой и торцевой подсветки рекламных конструкций от 120 мм

Равномерная подсветка при наименьшем количестве модулей.

# Конференц-тур

12-17 октября 2015

## САЙНБИЗНЕС: РИГА-МИЛАН

Приглашаем к участию в Международном конференц-туре «САЙНБИЗНЕС. Рига-Милан»

когда:

12-17 октября 2015

где:

РИГА-МИЛАН

Такого еще не было! Главное событие отрасли!

5 незабываемых дней! Передовые знания и креативные практики по новым технологиям и организации бизнеса. Профессиональное общение, обмен опытом и новые деловые контакты.

Участники тура примут участие в конференции, посетят рекламную фирму в Риге, фабрику по производству самоклеящихся пленок Ritrama под Миланом, популярную в Европе выставку Viscom Italy. Также ожидает насыщенная экскурсионная программа, включая настоящий итальянский ужин в старом замке!

Тема конференции — «Креативное лидерство».

Вы узнаете о том, как оперативно реагировать на изменения, как стать лидером и повести за собой людей, как новые технологии в рекламе могут увеличить эффективность бизнеса, как увеличить рынок сбыта ваших услуг.



Организатор



Подробная информация и регистрация на мероприятие на сайте: [www.riga-milan.signbusiness.ru](http://www.riga-milan.signbusiness.ru)

Медиа-партнер



Генеральный партнер



Партнеры



Образовательный партнер

Официальный партнер



## НАД НОМЕРОМ РАБОТАЛИ:

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

**Редактор** Валентин Сучков

**Отдел рекламы** Светлана Голикевич, **Распространение** Михаил Максудов E-mail: [info@RiDcom.ru](mailto:info@RiDcom.ru)

**Верстка** Елена Пряхина **Фирменный стиль** Ё-программа

**Адрес редакции** 123308, г. Москва, ул. Зорге, д. 7Г, офис 3 **Телефон/факс** (495) 234-7494,

**Тираж** 3.000 — 5.000 экз. **Печать** ООО «Юнион Принт», 603022, Нижегородская обл., г.Н.Новгород, ул.Окский Съезд, д.2

Тел. 416-01-68, 439-44-99, 430-71-22 **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:

Diod Style	1-я обл.
Prizmix	23
Дестек	21
Зенон	30
НОВАТЕХ	20, 23
ОктоПринтСервис	28
САЙН СЕРВИС	28
Юнайтед Экструджн	22



Дорогие друзья!

Развитие интернет-технологий изо дня в день меняет образ жизни современного человека и деятельность представителей сегмента b2b. С одной стороны, очень многое из того, что еще лет десять назад могло показаться фантастикой, сегодня уже расценивается как неотъемлемая составляющая повседневной работы большинства участников рынка. С другой — планка требований к качеству, оперативности, знаниям и умениям каждой рекламно-производственной компании за эти годы повысилась столь сильно, что многие методы ведения бизнеса прошлых лет просто перестают работать. Особенно это заметно в нынешнее время нестабильности и резкого спада потребительской активности. Между тем, согласно недавно проведенному корпорацией Epson исследованию поведения покупателей, двумя ключевыми факторами, которые обуславливают выбор в пользу того или иного магазина или бренда, остаются достойное качество товаров и компетентность менеджеров по продажам. Судя по всему, способность поддерживать два этих показателя на адекватном уровне и вместе с тем овладевать востребованными на рынке технологиями и новыми методами коммуникаций с клиентами, — главная задача, над решением которой и придется работать отечественной sign-индустрии в ближайшие месяцы...

Успехов в работе!

Валентин Сучков, редактор.

[www.ridcom.ru](http://www.ridcom.ru)

**Электронная версия журнала**  
**Подписка на журнал**  
**Цены на рекламу**  
**График выхода номеров**

Адреса офисов партнеров,  
распространяющих журнал бесплатно:

«ЗМ Россия», Москва, ул. Крылатская, дом 17, строение 3, Бизнес-парк «Крылатские холмы»;

«LRT — Лаборатория Рекламных Технологий», Москва, Лихоборская набережная, д.6;

«We R.SIGNS», Москва, Барабанный пер., д.4, стр.4;

«Техно-Графика» Москва, Павелецкая набережная, д. 8, стр. 6 оф. 106

«Фирма ЛИР», Москва, Варшавское ш., д. 33;



## СОДЕРЖАНИЕ

### СОБЫТИЯ

6 Новости

#### Исследования

8 Перспективы развития рынка  
цифровых рекламоносителей

#### Конференция

12 «Сайнбизнес: Рига - Милан»

### ФОРМУЛА УСПЕХА

#### Развитие бизнеса

14 Нейролидерство

#### Бренд

16 Ritrama (Италия)

### МАТЕРИАЛЫ

19 Новости

### СВЕТОТЕХНИКА

24 Новости

#### Продукты и решения

26 Светодиодные модули DiodStyle

### ОБОРУДОВАНИЕ

29 Новости

#### Продукты и решения

31 Софт для управления цветом

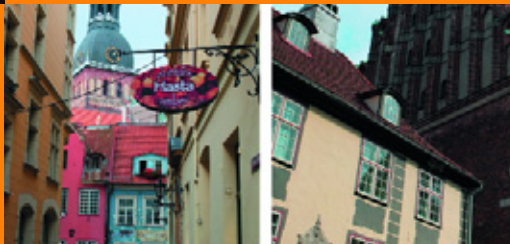
#### Персоны и компании

33 Сарит Тикон (SAi)

35 СДЕЛАЙТЕ ЗАКАЗ



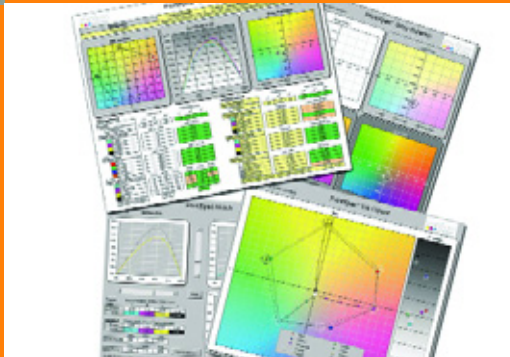
**8** Что ждет индустрию  
визуальной рекламы  
в связи с развитием  
цифровых дисплеев:  
прогнозы экспертов



**12** В октябре журнал  
«НАРУЖКА» проведет  
уникальный конференц-  
тур «Сайнбизнес: Рига -  
Милан»



**16** Ritrama:  
«12 миллиардов кв. м  
самоклящихся пленок и  
бумаг в год —  
это не предел»



**31** Управление цветом  
в духе времени



мы на facebook



бесплатная  
подписка



отраслевой  
портал

реклама, экраны, видеостены, транспорт, световые  
полиграфия, расходные материалы, широкоформатное печатное оборудование, web-дизайн, фотосъемка, автомобильные конструкции, оформление мест продаж, рекламные услуги и услуги, рекламная печать, рекламные материалы, бизнес-карты, интернет-реклама, текстильная печать, интернет-реклама, корпоративные подарки, горючая реклама, рекламная фотопечать, наружная реклама, витрин, web-дизайн

**р е к л а м а**



**Р Е К  
Л А М А  
22–25.09  
2 0 1 5**

**23-я международная  
специализированная  
выставка**

 **ЭКСПОЦЕНТР**

Организатор: ЗАО «Экспоцентр»

При поддержке Ассоциации  
коммуникационных агентств  
России (АКАР)

Под патронатом  
Торгово-промышленной палаты РФ

Россия, Москва, ЦВК «Экспоцентр»

[www.reklama-expo.ru](http://www.reklama-expo.ru)



## Avery Graphics проводит конкурс «Wrap Like a King»

**Компания Avery Dennison открыла прием заявок на участие в III конкурсе «Wrap Like a King 2015». В этом году представить свои проекты в области оформления транспортных средств самоклеящимися пленками на рассмотрение экспертного жюри смогут компании и специалисты из 42 стран мира.**

«После ошеломительного успеха конкурса «Wrap Like a King», проводившегося в 2013 и 2014 годах в странах Северной Америки, мы решили расширить круг участников состязания и придать конкурсу статус международного, — отметил Эрик Иде, директор транснационального дивизиона пленок для оформления транспортных средств компании Avery Dennison Graphic Solutions. — В этом году участие в конкурсе смогут принять специалисты в области винилового автостайлинга и рекламного корпоративного оформления средств автотранспорта из стран Европы, а также из Израиля, Турции, Саудовской Аравии, Иордании, Ливана, Марокко, Катара и ОАЭ».

Желающим принять участие в состязании на лучший проект в области винилового автостайлинга следует заполнить анкету участника на веб-сайте конкурса и загрузить от трех до пяти фотографий с изображением автомобиля до оклейки, уже оформленных элементов транспортного средства (дверных ручек, зеркал, бампера и т. д.) и полностью оклеенного транспортного средства. Помимо этого, участникам необходимо представить информацию об использованных в проекте самоклеящихся пленках Avery Dennison и указать название модели и год выпуска автомобиля. Каждый участник может представить на конкурс только одну работу. Заявки на участие в конкурсе принимаются до 30 сентября.

Проекты участников конкурса будут оцениваться по следующим критериям: визуальное преобразование (разница между изначальным видом автомобиля и готовым результатом оформления транспортного средства), качество и профессиональный уровень поклейки, эффективность проекта в целом и уникальность дизайна.

По итогам голосования жюри будут определены семь региональных победителей международного конкурса. Из их числа будет выбран главный победитель. Его имя будет названо на церемонии награждения победителей конкурса «Wrap Like a King» в рамках выставки специализированных решений для автомобильной промышленности SEMA 2015, которая пройдет с 3 по 6 ноября в Лас-Вегасе (США). Имена региональных победителей будут объявлены в середине октября в соответствующем пресс-релизе, на страницах Avery Dennison в социальной сети Facebook и на официальном сайте конкурса: [www.wraplikeaking.com](http://www.wraplikeaking.com).

## EFI укрепляет позиции на мировом рынке цифровой печати

**В июле корпорация Electronics For Imaging, Inc. (EFI) объявила сразу о двух крупных поглощениях всемирно известных компаний, работающих на мировом рынке оборудования для широкоформатной печати. В состав корпорации вошли компании Matan Digital Printers (Израиль) и Reggiani Macchine (Италия).**

«В результате поглощения спектр решений, с помощью которых наши клиенты способны воспользоваться благоприятными возможностями в сфере печати визуальной рекламы, становится еще более широким, — отмечает главный исполнительный директор корпорации EFI Гай Гехт. — Сильный потенциал Matan в области исследования и разработок нового оборудования ускорит темпы новаторства EFI в струйной печати и в то же время заполнит стратегически важную нишу серии менее дорогостоящих рулонных высокопроизводительных принтеров для производства вывесок, баннерной рекламы, плакатов для билбордов и графики для оформления транспортных средств в портфолио EFI».

На протяжении более десяти лет компания Matan Digital Printers выпускала цифровые принтеры и печатные машины для различных сфер промышленности и рынка производства коммерческой графики. В оборудовании предприятия сочетаются высокая скорость печати, качество и долговечность, и в то же время обеспечивается низкая стоимость владения печатающей техникой. В результате поглощения штат компании Matan Digital Printers из 70 специалистов вошел в состав корпорации EFI, а Ханан Йозефи занял пост вице-президента EFI и генерального директора корпоративного подразделения EFI Inkjet Israel.

Reggiani Macchine располагает опытом работы в области текстильной печати, превышающим 60 лет. Клиентами компании являются коммерческие предприятия из более чем 120 стран мира. В настоящее время в портфолио компании представлен широкий спектр струйных принтеров промышленного класса для печати чернилами на водной основе по тканевым основам. В рамках Electronics For Imaging, Inc. (EFI) итальянский производитель оборудования для текстильной печати будет переименован в EFI REGGIANI и продолжит выпуск промышленных струйных принтеров для текстильной печати.

«Данное поглощение обеспечивает корпорации EFI ведущие позиции в одной из крупнейших в мире отраслей, переживающих переход от аналоговых технологий на цифровые. Сильные разработки компаний Matan и Reggiani Macchine будут способствовать дальнейшему ускорению развития инноваций в области струйной печати EFI и в то же время смогут занять достойное место в многоцелевом портфеле EFI», — подчеркнул Гай Гехт.

# Компания For.Tex вошла в состав корпорации Epson

**Epson Italia S.p.A., дивизион группы компаний Epson, совершила поглощение компании For.Tex S.R.L., которая является одним из ведущих разработчиков технологий для цифровой печати по текстилю.**

Расположенная в Комо (Италия) компания For.Tex специализируется на производстве чернил для печати по тканевым основам, а также на разработках и поставках специальных составов для обработки тканей, используемых в текстильной печати.

Согласно прогнозам экспертов группы компаний Epson, объемы рынка цифровой печати по текстилю будут увеличиваться на 25% в год в течение ближайших лет. В результате поглощения компании For.Tex Epson получает в свое распоряжение ноу-хау итальянского производителя, охватывающие все технологические звенья печати по текстилю, производственные наработки и клиентуру. Все это вместе с объединенным менеджерским составом позволит Epson увеличить темпы роста своего бизнес-направления в области печати по текстилю.

Epson и For.Tex тесно сотрудничают в области цифровой печати по текстилю с 2003 года в рамках совместной разработки цифрового текстильного принтера Monna Lisa с компанией F. III Robustelli S.R.L. В 2012 году итальянский дивизион приобрел 50% акций компании For.Tex с целью укрепления партнерских отношений и расширения бизнеса. Этим летом Epson выкупила оставшуюся долю акций компании.

«На протяжении последних нескольких лет For.Tex внесла огромный вклад в реализацию стратегии Epson по замене аналогового оборудования для текстильной печати цифровыми печатными машинами, — отмечает Сунао Мурата, главный управляющий директор дивизиона группы компаний Epson по профессиональным решениям для печати. — Объединя разработанные нами технологию цифровой струйной печати по текстилю с технологическими наработками и маркетинговым опытом For.Tex, мы смогли обеспечить настоящую выгоду растущему числу клиентов, которые убеждены, что цифровая печать — это путь к развитию».

«Я горжусь тем, что теперь For.Tex стала полноправным членом группы компаний Epson, — отметил Петро Ронкорони, президент компании For.Tex. — На протяжении всего времени сотрудничества мы разработали целый ряд синергетических решений с Epson. Учитывая, что у наших предприятий одни и те же цели, вхождение For.Tex в состав группы компаний Epson — это естественное движение вперед для каждой из сторон. Вместе с Epson мы ускорим темпы новаторства в цифровой струйной печати по текстилю и сможем повысить качество сервиса для наших клиентов как в Италии, так и в других странах мира».

# SwissQprint увеличивает масштабы и эффективность производства

**Компания SwissQprint, всемирно известный производитель широкоформатных планшетных УФ-принтеров, объявила о переезде в новый промышленный комплекс Schutzenwiese в Криссерне (Швейцария). В результате производственная площадь предприятия увеличена до 4700 кв. м, площадь офисных помещений — до 1000 кв. м. Это более чем вдвое превышает площадь, которую компания занимала до переезда.**

Строительство индустриально-коммерческого комплекса Schutzenwiese, расположенного поблизости от границы между Австрией и Швейцарией, было завершено в начале года. В настоящее время в здании располагается около 20 различных компаний, включая SwissQprint.

Компания SwissQprint (Швейцария) работает на рынке разработок, сборки и поставок оборудования для широкоформатной печати УФ-отверждаемыми чернилами с 2007 года. Выпускаемые SwissQprint системы пользуются славой широкоформатных принтеров, которые сочетают в себе надежность, богатый функционал, высокую точность печати и производительность. В настоящее время компания выпускает три модели УФ-принтеров SwissQprint второго поколения: Oryx 2, Impala 2 и Nyala 2. По состоянию на лето 2015 года во всем мире насчитывается свыше 500 инсталлированных широкоформатных принтеров SwissQprint.

При проектировании комплекса преследовались цели обеспечить максимальную экологичность здания, экономное потребление природных ресурсов и благоприятные условия для работы специалистов. Благодаря огромным окнам и застекленной крыше в течение рабочего дня обычно нет необходимости в использовании искусственного освещения. Для поддержки оптимальной температуры в любое время года во всем здании используется система теплообмена с грунтовыми водами.

Ранее сотрудникам компании SwissQprint приходилось осуществлять конструирование, сборку и тестирование широкоформатных принтеров в цехах, расположенных на четырех этажах здания в Виднау. Теперь все операции по производству оборудования, логистике и управлению деятельностью предприятия осуществляются на одном этаже, что значительно упрощает работу компании. Помимо увеличения производственных и офисных площадей, в последние несколько месяцев SwissQprint также активно принимала на работу новых специалистов. В результате теперь в штате компании насчитывается 56 сотрудников.





# Печать против цифровой рекламы: угрозы и перспективные возможности

**В результате развития цифровых коммуникаций владельцы брендов меняют способы продвижения своих товаров и услуг и открывают для себя более широкий спектр технологических возможностей. На традиционные виды рекламы уже оказывает влияние развитие цифровых технологий, и в настоящее время главная битва разворачивается между печатными средствами визуальных коммуникаций и цифровыми рекламоносителями. Чтобы оценить силу влияния последних на классические сегменты рынка визуальной рекламы, аналитико-консалтинговое агентство Smithers Pira провело международное исследование текущей ситуации в отрасли. В опросе, ставшем основой для аналитической работы, приняли участие как поставщики услуг в области широкоформатной печати, так и заказчики коммерческой графики.**

В 2014 году объемы печатных средств визуальной рекламы, включая вывески и P.O.S.-материалы, составили 12,8 млрд кв. м. По оценкам экспертов агентства Smithers Pira, этот показатель будет увеличиваться в среднем на 0,8% ежегодно вплоть до 2020 года. Основной рост будет обеспечен за счет печати интерьерной рекламы. В то же время объемы печати наружной рекламы уменьшаются из-за развития рынка цифровых рекламоносителей. В случае с некоторыми видами средств рекламы, такими как билборды, существует очень сильная вероятность их замены цифровыми экранами в будущем. Несмотря на то, что влияние цифровых технологий передачи рекламы ощущается сильнее всего в наружной рекламе, интерьерные цифровые дисплеи все чаще используются в качестве указателей и средств информирования аудитории. Такие возможности «цифровых вывесок», как интерактивные функции и способность собирать данные о посетителях торговых центров, завоевывают все большую популярность среди рекламодателей и превосходят в этом традиционную печатную продукцию. В отчете, опубликованном по итогам проведения исследования ситуации в отрасли, агентство Smithers Pira определяет ключевые благоприятные возможности для мирового рынка печатной визуальной рекламы и главные угрозы, которые представляет для него развитие цифровых дисплеев.

## **Наружная реклама как сфера для роста цифровых медиа**

По оценкам экспертов агентства Smithers Pira, рынок наружной рекламы гораздо меньше, чем сегмент интерьерной коммерческой графики. Из всех напечатанных за 2014 год P.O.S.-материалов и другой рекламной продукции 72% использовались в интерьерной рекламе и только 28% — в наружной. Ожидается, что спрос на интерьерные средства визуальных коммуникаций будет увеличиваться приблизительно на 1,4% ежегодно, в то время как спрос на наружную рекламу будет уменьшаться на 0,4% в год. В то время как в объемах печатной наружной рекламы уже наблюдается спад, сегмент цифровых ООП-медиа демонстрирует очень быстрый рост. Наружная реклама — главный рынок для распространения цифровых крупноформатных экранов, который продемонстрировал двузначный рост в прошлом году, главным образом из-за бурного развития этого сегмента в странах Азии. Эксперты прогнозируют наибольший спад в печати рекламных изображений для размещения на билбордах.

В ходе опроса, проведенного в рамках исследования агентством Smithers Pira, представителям рекламно-производственных и печатающих компаний был задан вопрос, каковы их прог-



нозы об изменении в статьях доходов в ближайшие пять лет. Respondенты отметили, что они ожидают увеличения прибыли во всех направлениях производства вывесок и коммерческой графики, за исключением постеров и в особенности билбордов. В случае с последними 63,7% опрошенных указали, что их доходы от этого сегмента, скорее всего, в некоторой степени будут уменьшаться, 18,2% респондентов ожидают значительного сокращения доходов от печати изображений для размещения на билбордах. В сегменте печати постеров также ожидается спад, как это прогнозируют 43,8% опрошенных. На вопрос, какое влияние будет иметь на наружную рекламу распространение цифровых экранов в ближайшие десять лет, 57% респондентов заявили, что это влияние будет очень значительным и что цифровые рекламоносители теоретически могут почти полностью заменить билборды с напечатанной рекламой. Приблизительно так же оценивается и влияние цифровых медиа на рекламные дисплеи с внутренней подсветкой. Полученные данные соответствуют прогнозам экспертов агентства Smithers Pira о развитии ситуации на мировом рынке визуальной рекламы в ближайшие годы.

Что касается сегмента рекламы на транспорте, мнения респондентов разделились. Так, 37% из них уверены, что цифровые экраны не окажут на объемы рынка транзитной рекламы никакого влияния, при этом 21% опрошенных сочли, что печатная реклама на транспорте со временем может быть полностью вытеснена цифровыми дисплеями. Несмотря на то что некоторые участники опроса указывали на невозможность «наклеивания»



Таблица 1: Как респонденты оценивают влияние цифровых рекламоносителей на следующие виды печатной визуальной рекламы в течение ближайших десяти лет.

% респондентов	Никакого влияния	Незначительное влияние	Незначительное влияние	Очень значительное влияние	Почти полностью будут вытеснены «цифровой» рекламой	Рейтинг*	Рейтинг*
Постеры (включая backlit)	8,2	31,1	24,6	31,1	4,9	1,93	5
Временные P.O.S.-материалы (дисплеи рор-уп, шелфтокеры и др.)	4,9	50,4	14,8	20,1	9,8	1,80	6
P.O.S.-материалы среднесрочного использования (напольные дисплеи из гофрокартона и др.)	16,1	44,1	28,0	5,9	5,9	1,41	10
P.O.S.-материалы длительного использования (долговечные напольные дисплеи, стойки возле касс и др.)	5,4	46,8	21,5	26,3	0,0	1,69	7
Дисплеи с внутренней подсветкой	4,9	15,2	29,9	40,2	9,8	2,35	2
Стикеры	15,6	47,3	26,9	10,2	0,0	1,32	11
Билборды	0,0	31,2	10,7	47,3	10,7	2,38	1
Баннеры, флаги и декорации	22,9	27,1	16,9	28,9	4,2	1,64	8
Реклама на транспорте	37,1	21,0	5,4	15,6	21,0	1,62	9
Корпоративная и выставочная графика	4,9	15,2	45,1	20,1	14,8	2,25	3
Другие виды вывесок и P.O.S.-материалов	0,0	32,3	29,5	26,4	11,8	2,18	4

Примечание: \* — суммарный результат, где 0 — никакого влияния, 1 — незначительное влияние, 3 — очень значительное влияние, 4 — почти полностью будут заменены цифровыми экранами.

цифровых экранов на борту автотранспорта, видеодисплеи можно устанавливать снаружи и внутри транспортных средств. В этом сегменте в последнее время наблюдается заметный рост. К примеру, в США цифровую рекламу на крышах такси можно считать уже сформировавшимся рынком. Некоторое время назад рекламные светодиодные и жидкокристаллические дисплеи стали устанавливаться на крыши такси в Великобритании компаниями Eyetease и BrightMove.

### Прогресс в светодиодных технологиях как угроза для рынка печати интерьерной рекламы

Если в наружной рекламе влияние цифровых медиа на печать изображений для билбордов не вызывает вопросов, ситуация в сегменте интерьерной коммерческой графики не столь однозначна. Несмотря на то что спрос на размещение печатной визуальной рекламы внутри торговых и коммерческих объектов будет увеличиваться, есть все основания предполагать, что объемы рынка цифровых интерьерных рекламных дисплеев в ближайшие годы будут также увеличиваться. Принявшие участие в опросе агентства Smithers Pira специалисты ожидают незначительного влияния «цифры» на интерьерную рекламу, включая стикеры, P.O.S.-дисплеи среднесрочного применения и стойки для товаров. По их оценкам, угрозу цифровые экраны представляют только для статичных постеров и дисплеев с внутренней подсветкой. Основные сферы, где прогнозируется наиболее значимый рост объемов применения цифровых медиа, — розничная торговля, индустрия развлечений, вокзалы, метро и аэропорты, гостиничный бизнес, медицинские, образовательные и правительственные учреждения. Из них наибольшим потенциалом для «цифровой рекламы» обладают сегмент ритейла, ресторанов и

предприятий быстрого питания. В последние несколько лет цифровые дисплеи все чаще устанавливаются в общественных заведениях, включая, к примеру, музеи, где они используются в качестве указателей или средств информирования посетителей.

Определенную роль в завоевании сегмента интерьерной визуальной рекламы цифровыми дисплеями играет бурное развитие технологии производства экранов на основе светодиодов. Если раньше LED-экраны использовались главным образом в наружной рекламе, теперь они все чаще встречаются внутри помещений. Шаг между пикселями с каждым годом становится меньше, и сегодня не превышает 2 мм, цветопередача становится более достоверной, а цены на светодиоды продолжают постепенно снижаться. Современные светодиодные экраны обеспечивают качество передачи видеоизображений на уровне жидкокристаллических экранов, если не лучше. Эксперты агентства Smithers Pira также называют предприятия быстрого питания как сегмент со значительным потенциалом для цифровых дисплеев, поскольку они обладают целым рядом преимуществ по сравнению с печатными меню, включая возможность отображения актуальных цен в режиме реального времени, быстрой смены рекламных обращений без необходимости в перепечатывании вывесок и меню, способность воспроизводить видеоконтент и полноцветную графику с более высоким разрешением.

### Интерактивность как козырная карта «цифры»

Одной из разновидностей цифровых дисплеев, которая привлекает к себе все больше интереса у рекламодателей и все чаще используется розничными сетями, являются интерактивные и сенсорные экраны. Эксперты агентства Smithers Pira отмечают набирающий силу тренд применения интерактивных дисплеев,



Таблица 2: Как респонденты оценивают распределение расходов рекламодателей на следующие виды рекламоносителей, включая затраты на производство, в течение ближайших пяти лет.

% респондентов	Значительно сократятся	Незначительно сократятся	Останутся такими же	Незначительно вырастут	Значительно вырастут	Рейтинг*	Место
ТВ/Радио/Кино	25	12,5	62,5	0,0	0,0	-0,63	10
Печатные СМИ (газеты, журналы и др.)	10,0	40,0	30,0	20,0	0,0	-0,40	9
Наружная печатная реклама	11,1	22,2	22,2	22,2	22,2	0,22	5
Наружная реклама на цифровых экранах	0,0	14,3	42,9	28,6	14,3	0,43	2
Реклама в сети Интернет (онлайн, мобильные устройства, планшеты и др.)	0,0	25,0	0,0	50,0	25,0	0,75	1
Реклама на почтовых отправлениях (реклама на квитанциях, извещениях и др.)	11,1	33,3	22,2	33,3	0,0	-0,22	7
Печатные P.O.S.-материалы и вывески в местах продаж	0,0	12,5	37,5	50,0	0,0	0,38	3
Реклама на цифровых экранах в местах продаж	12,5	0,0	50,0	37,5	0,0	0,13	6
Другая полиграфическая продукция (брошюры, вложения и др.)	25,0	12,5	25,0	37,5	0,0	-0,25	8
Другие виды расходов на рекламу и маркетинг (спонсорство, связи с общественностью, промоушн-акции и др.)	0,0	12,5	50,0	37,5	0,0	0,25	4

Примечание: \* — суммарный результат, где -2 — значительно сократятся, -1 — незначительно сократятся, 0 — останутся такими же, 1 — незначительно вырастут и 2 — значительно вырастут.

распознающих жесты аудитории, сенсорных экранов, панелей управления и встроенных карт, который объясняется технологическим прогрессом, интересом потребителей, доступностью и снижением стоимости устройств. Такие дисплеи используются в качестве рекламных экранов, стен и интерактивных киосков, которые сегодня часто встречаются в торговых центрах, аэропортах и банках. В сфере розничной торговли в последние несколько лет появилось множество киосков самообслуживания, которые используются в целях повышения комфорта потребителей и сокращения времени на их обслуживание.

По оценкам аналитиков агентства Smithers Pira, интерактивные дисплеи представляют угрозу для печатных плакатов, и, хотя существуют решения, позволяющие сделать коммерческую графику интерактивной, достичь столь прогрессивного и технологически сложного уровня, который демонстрируют цифровые технологии, невозможно. Одним из таких решений является использование QR-кодов, которые могут содержать в себе маркетинговые обращения, дополнительную информацию о товаре и промо-коды, а также направлять пользователей мобильных устройств на определенный веб-сайт. Они формируют связь между печатной и цифровой рекламой. QR-коды можно печатать на упаковке товаров и на любых других P.O.S.-материалах, доступных потребителям в торговом зале.

Современные технологии также позволяют использовать интерактивные цифровые дисплеи для сбора информации о покупателях и последующего анализа эффективности проведения рекламных и маркетинговых кампаний. Это делает «цифру» более привлекательной для рекламодателей, чем статичные печатные рекламные плакаты. Цифровые экраны, оснащенные технологией сбора данных и слежения за действиями потребителей, позволяют распознавать лица, движение глаз и комбинировать эти сведения с информацией о действиях каждого отдельного покупате-

ля для проведения исследований о процессе совершения покупок целевой аудиторией в целом. Слежение за движением глаз зрителя дает возможность оценивать эффективность рекламных обращений, интерес посетителей к ним и их реакцию на контент.

### Интеграция печати и «цифры»

В некоторых сферах применения визуальной рекламы всегда будет потребность в использовании печатной продукции, к примеру в изготовлении P.O.S.-дисплеев или в производстве выставочной графики. В то же время и в этих сегментах аналитики агентства Smithers Pira видят благоприятную возможность для применения цифровых дисплеев: не в качестве замены традиционной печатной рекламы, а в качестве дополнения к ней. Именно такая комбинация часто встречается в оформлении различных корпоративных мероприятий, промо-акций и выставочных стендов. Вместе с напечатанными баннерами и логотипами используются планшетные устройства, сенсорные экраны и цифровые дисплеи. Между тем в некоторых регионах мира «цифра» вообще не используется при проведении специальных мероприятий. К примеру, в Пекине цифровые экраны ассоциируются у рекламодателей со спортбарами, и потому их применение расценивается как отсутствие хорошего вкуса.

### Перспективы

Согласно прогнозам экспертов агентства Smithers Pira, влияние цифровых медиа на рынок визуальной рекламы в целом главным образом будет ощущено в сегменте наружной рекламы и способно привести к снижению заказов на печать изображений для размещения на билбордах. В остальных же случаях, по оценкам аналитиков, цифровые дисплеи в ближайшие пять — десять лет будут использоваться в комбинации с печатной рекламой или же в качестве дополнения к ней. ■



## BON SENS 2.0

### ЭВОЛЮЦИЯ ВАШЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ!

«Bon Sens 2.0.» – новая версия программного обеспечения, разработанная специально для производителей наружной рекламы, это огромный шаг на пути к оптимизации, а значит, к сокращению затрат Вашего предприятия.

#### Основные функции программы «Bon Sens»:

- формирование единого информационного поля;
- стандартизация технологий, применяемых на предприятии;
- оптимизация в начислении заработной платы;
- автоматический расчёт стоимости вывесок и рекламных конструкций;
- контроль расхода используемых материалов на производстве;
- формирование отчётов и анализ работы отделов и участков.

Эксклюзивный дистрибьютор «Bon Sens» в России  
ООО «Ар энд Ди Коммуникейшнз»  
тел. +7 (495) 234-7494  
e-mail: maksutov@ridcom.ru  
[www.ridcom.ru](http://www.ridcom.ru)

**BON/SENS**  
Управление производственными  
и бизнес процессами



# Российские сайнмейкеры соберутся в Европе

**Когда ни на что не хватает времени и ресурсов, отличное решение — совместить полезное с приятным. Например, получить новые знания и навыки и при этом хорошо отдохнуть! Именно такое решение предлагает редакция журнала «Наружка», приглашая участников индустрии в уникальный европейский конференц-тур «Сайнбизнес: Рига — Милан».**

Участников тура ожидает насыщенная деловая и развлекательная программа. Однако обо всем по порядку.

12 октября группа вылетает в Ригу, где гостей любезно встретят наши партнеры — представители компании WMT Baltic. Здесь мы проведем два дня в удобно расположенном отеле с прекрасным видом на город.

В первый день нас ожидает персональная обзорная экскурсия с гидом. А весь второй день мы посвятим деловой программе. В нашем же отеле состоится международная конференция «Креативное лидерство». Спикеры



конференции расскажут о том, как в непростое, высоко конкурентное время с помощью креативного мышления, современных технологий и решений открыть новые перспек-

тивы для своего бизнеса, привлечь больше клиентов, мотивировать их на сотрудничество. Среди выступающих ожидаются как российские специалисты, так и зарубежные.

Отдельное время будет выделено панельной дискуссии, где участники конференции смогут поделиться своими примерами успешных решений, обменяться опытом, рассказать о ситуации на локальных рынках.

По окончании мероприятия группа отправится в офис и учебный центр WMT Baltic, где специалисты компании познакомят с собственным центром разработки и внедрения технологий для рекламы, производства оборудования для послепечатной обработки изображений. Продукция WMT Baltic экспортируется в 35 стран мира. Цель данного визита — показать российским производителям широкие возможности для развития и сотрудничества.

Завершится день ужином в одном из популярнейших мест Риги — Центре отдыха LIDO.

14 октября группа отправится на самолете в Милан, где нас будет ожидать другой гостеприимный партнер тура — всемирно известный производитель самоклеящихся пленок — компания Ritrama. Мы отправимся на фабрику, где сможем своими глазами увидеть процесс производства самоклеящейся пленки для рекламы, узнаем некоторые особенности и секреты применения пленок непосредственно от производителя. Ritrama ставит планы активного покорения российского рекламного рынка, и в этой связи российским производителям будет особенно интересно познакомиться с данной продукцией поближе, увидеть фабрику, задать интересующие вопросы ее владельцам.





На вечер компания Ritrama подготовила для участников тура приятный сюрприз — настоящий итальянский ужин в древнем замке Grumello, построенном в начале прошлого тысячелетия! Там же располагается местная винодельня, где можно будет приобрести отличное вино для особых случаев. Это будет один из лучших итальянских вечеров в вашей жизни!

Следующий день, 15 октября, мы посвятим выставке Viscom Italia, где будут представлены современные технологии (материалы, оборудование, программные и другие решения) для производства наружной и интерьерной рекламы, P.O.S.-материалов, широкоформатной печати.

Вечером нас ожидает обзорная автобусная экскурсия по Милану с русскоговорящим гидом.

Весь следующий день — свободный. Можно будет посетить модные магазины, вернуться к некоторым достопримечательностям или же вновь пойти на Viscom Italia, чтобы продолжить деловые контакты. Кстати, в эти же дни в Милане будет проходить всемирная выставка World Expro, уникальная по размерам и экспозициям, которой также можно будет посвятить отдельный день.

17 октября, полные впечатлений, мы отправимся на родину.

Итак, давайте резюмируем, **почему стоит принять участие** в этом уникальном конференц-туре:

— *Вы совместите прекрасный отдых и продуктивную работу.*

— *Вы получите новые знания и навыки.*

— *Вы обретете новых грузей и партнеров.*

— *Увидите своими глазами, как производятся пленки для рекламы.*

— *Посетите специализированную европейскую выставку Viscom Italia, посвященную визуальной рекламе.*

— *Побываете на персональных экскурсиях по старой Риге и Милану с русскоговорящим гидом.*

— *Попробуете настоящую итальянскую кухню в незабываемом историческом месте.*

— **ВАЖНО!** *Вы сможете оплатить деловую поездку по безналичному расчету, проведя ее в качестве расходов и выписав суточные командировочные!*

Ну а положительные эмоции, которые вы получите во время поездки, описать просто невозможно!

И, пожалуй, последний штрих: благодаря нашим партнерам для столь насыщенной программы удалось добиться действительно привлекательной цены за тур. Назовем их имена. Генеральный партнер — **Ritrama S.p.A.** (Италия), официальный партнер — **WMT Baltic** (Латвия), партнеры: **Roland DG** (Япония), **3A Composites** (Швейцария), **WRS** (Россия), **Flagmore** (Финляндия), образовательный партнер — **Tri-namics** (Россия).

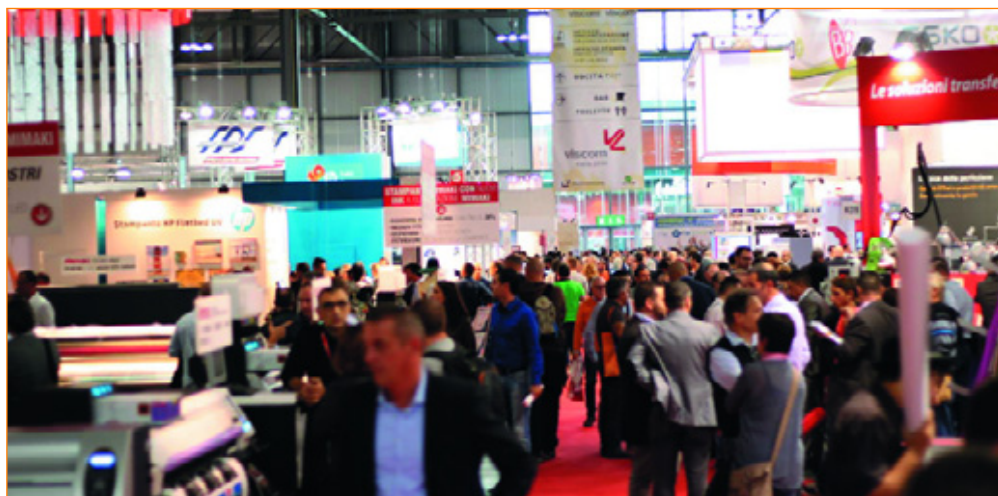
Зарегистрироваться на мероприятие можно на сайте:

[riga-milan.signbusiness.ru](http://riga-milan.signbusiness.ru) или по контактному телефону:

+7 (985) 232-2549.

Не затягивайте с решением. Помните, что количество мест ограничено, а цена на авиаперелеты и за отели может вырасти ближе к поездке.

До встречи на событии года!





# Нейролидерство: управление бизнесом через управление собственным мозгом

**В кризисные времена предприниматели начинают по-особенному бережно и по-креативному жадно относиться как к своим собственным ресурсам, так и к ресурсам компании. Процесс выживания естественным образом подталкивает людей к поиску новых источников энергии как внутри себя, так и вокруг. Цель данной статьи — привлечь внимание к одному из самых загадочных и непостижимых индивидуальных ресурсов человека — его головному мозгу — и поделиться некоторыми конкретными практиками по управлению им.**



**Ирина Костина**  
 Эксперт по развитию  
 бизнеса компании Ritrama  
 в России.  
 Автор международного  
 проекта Tri-patics по  
 обучению и развитию  
 предпринимателей  
 и руководителей.  
 Разработчик  
 обучающих программ  
 нового поколения.

Для бизнеса одним из самых востребованных направлений нейронаук является нейролидерство. Нейролидерство — область практических исследований лидерства и улучшения эффективности работы бизнеса (организации) через понимание, как работает мозг человека. Цель специалистов, занимающихся нейролидерством, — помогать организациям реализовывать свой потенциал через понимание процессов работы мозга и умственной деятельности человека на индивидуальном, командном и организационном уровне.

Если вы управляете компанией в малом и среднем бизнесе в России, то вам ежедневно приходится анализировать текущую ситуацию и принимать взвешенные и коммерчески выгодные решения, а для этого в первую очередь требуется концентрация внимания и быстрота реакции. Если говорить о том, какой навык необходимо в первую очередь развивать и совершенствовать руководителям в кризисные времена, так это — практики внимательности и самосознания. А чем лучше вы сможете понимать процессы работы мозга и управлять им, тем легче вы сможете управлять вашей мыслительной концентрацией и фокусом внимания, а следовательно, и управлять бизнесом и другими людьми.

«Жизнь слишком коротка, чтобы спать еще и днем». Это выражение, к сожалению, неизвестного мне автора особенно хорошо подходит к нашей статье. «Спать» в данном контексте означает делать что-то неосознанно или автоматически. Например, принимать вкусную пищу на завтрак на красивой веранде, залитой утренним солнцем, под пение птиц и при этом совершенно не замечать ни вдохновляющей природы вокруг, ни вкусовых качеств еды, а мысленно фокуси-

роваться на другом, неустанно перебирая предстоящие на день дела и проблемы и пытаясь проигрывать различные варианты их решений. Привычка совершать большинство повседневных дел на автопилоте приводит к потерям фокуса внимания на проживании ситуации «здесь и сейчас» и смыванию границ между пребыванием в настоящем и обдумыванием следующих шагов в будущем.

В 2007 году Норман Фарб и шесть его коллег провели исследование в университете Торонто. В результате общей работы его команда разработала методику, позволяющую исследовать, каким образом человеческие существа переживают свой опыт от момента к моменту. Его опыты показали, что у людей есть два различных способа взаимодействия с миром, при которых задействуются два различных набора нейронных сетей. Нейронная сеть, которая контролирует то, как вы думаете и эмоционально воспринимаете ваши переживания, — это «сеть по умолчанию» (default network), и она включает в себя среднюю префронтальную кору, а также зоны мозга, ассоциирующиеся с памятью, — например, гиппокамп. Эта мыслительная сеть названа «сетью по умолчанию», потому что она активируется тогда, когда внешние события вовлекают вас не

формацию из внешнего мира, пропускаете ее через свой фильтр восприятия того, что все это значит, и добавляете ваши мысли обо всем этом. Когда вы наблюдаете, как садится солнце, из открытого окна вашего офиса в летний прохладный вечер, солнце совсем не является для вас просто солнцем. Оно становится знаком того, что еще один летний день прошел, а вы еще так и не выбрались на рыбалку, а это, в свою очередь, напоминает вам о том, что вы уже давно не видели своего лучшего друга детства, и о том, как редко вы вообще теперь встречаетесь с друзьями, и т.д. «Сеть по умолчанию», или ваш собственный фильтр восприятия, практически всегда активна, и когда вы бодрствуете, вам не требуется особых усилий, чтобы она работала. Но ведущая идея в том, что я предлагаю вам не ограничивать свое восприятие и взаимодействовать с реальностью не только через эту сеть.

Новое исследование Фарба демонстрирует, что существует совершенно иной способ восприятия нашей действительности. Ученые назвали это «прямым чувственным опытом». Когда активна «сеть прямого опыта» (direct experience network), несколько других отделов мозга становятся более активными. Эти отделы включают в себя островок Рейля — отве-

---

...опыты показали, что у людей есть два различных способа взаимодействия с миром, при которых задействуются два различных набора нейронных сетей.

---

на 100% и вы погружены в мыслительный процесс о себе. Если вы находитесь в процессе активных переговоров по важному для вас годовому контракту с вашими стратегическими деловыми партнерами и вдруг обнаруживаете, что, вместо того чтобы быть максимально вовлеченным в этот захватывающий процесс закрытия выгодной сделки, вы мысленно переноситесь в предстоящий отпуск и уже видите себя с рюкзаком в горах или купающимся в море, то это проявляется ваша «сеть по умолчанию» в действии.

Это та самая сеть, которая активна, когда вы размышляете о себе или о других людях, мечтаете, фантазируете или планируете. Мозг способен хранить огромные запасы информации о вашей собственной истории и об историях других людей. Обычно вы анализируете ин-

дивидуальный за восприятие телесных ощущений, а также переднюю поясную кору, ответственную за переключение внимания. Когда вы активируете «сеть прямого опыта», вы чувственно переживаете ту информацию, которая поступает в ваше тело и органы чувств «здесь и сейчас», в режиме реального времени. Например, когда вы катаетесь на горных лыжах, ваше внимание направлено на спуск по склону впереди вас, пронизывающий ветер, касающийся вашей кожи. И, конечно, вы не думаете о прошлом или будущем, о других людях или о себе, и, в принципе, не слишком много и сосредоточенно размышляете в подобной ситуации. Скорость ваших действий с сочетанием возможной опасности автоматически освобождает ваше сознание от ненужных мыслей и возвращает вас к фактическому



медитативной практики до 5 — 10 минут. Тренировка мышцы быстрого переключения помогает легко обнулять негативные мыслительные процессы и снижать эмоциональное напряжение (переживания, раздражение, ощущение стресса и др.). Это объясняет, почему, например, если вы сходите с ума от переживаний по поводу предстоящего напряженного события, достаточно глубоко вдохнуть, направить внимание на текущий момент — и напряжение снизится. В этот момент все ваши чувства словно оживают.

— **«Пробуждение от дневного сна».** Начните будить себя в прямом смысле этого слова. Ставьте будильник на удобное для вас время через примерно равные интервалы времени — возможно, до или после приема пищи (например, 11.00, 16.00, 21.00), чтобы задать себе следующие короткие простые вопросы:

- Что я сейчас делаю?
- Соответствует ли это моим планам на день?
- Что с моей энергией?
- Как я могу скорректировать свою деятельность, исходя из этой новой информации?

По сути дела, это элементы своего собственного контроля по нахождению в вашем «настоящем моменте». В будущем, когда вы научитесь быстро переключать свое внимание из вовне — внутрь, вы можете сначала запускать в себе минуту перезагрузки, а потом фокусироваться на вопросах.

— **«Подзарядка своих энергетических батарей».** Для каждого человека существует своя уникальная «энергетическая» карта. Понимание природы возобновления своих энергетических зарядов и внедрение практики их постоянно накапливать — мощный ресурс управления собственной эффективностью. Сейчас в здоровой моде находится баланс личной и рабочей жизни (*work-life balance*), так как именно исследования по изучению мозга показали, что трудоголики — это не счастье для работодателей, а наименее эффективные сотрудники, которые живут на грани профессионального выгорания и являются первыми кандидатами в приобретении неизлечимых болезней и ранней смертности. Самый простой и увлекательный способ расширения зон энергетической подзарядки — это создать свою визуальную энергетическую карту и оставить ее незаконченной. Вы можете взять чистый лист бумаги, нарисовать в центре себя и в разные стороны рисовать стрелочки и виды деятельности, которые вас наполняют позитивной энергией и от которых вы получаете удовольствие. Для удобства вы можете исследовать области подзарядки по следующим зонам: телесная деятельность (секс, спорт, массаж и СПА...), умствен-

ная деятельность, социальная деятельность (время с семьей, развитие детей, общение с друзьями, путешествия, посещение театра...), чувственная деятельность (прогулки на природе, рисование, пение...) и общественная деятельность (участие в благотворительных проектах...). Осознание и рисование подобной карты дает вам неиссякаемый ресурс, так как становится вашей дорожной жизненной картой, к которой вы можете обращаться в любое время. Практика довольно простая: если вы чувствуете, что ваши энергетические силы на исходе, вы мысленно в течение одной минуты переноситесь в деятельность, которая вас заряжает, и желательнее планируете ее осуществление в реальности. Наш мозг работает таким образом, что даже мысленное переключение внимания на воображаемую приятную деятельность дает нам временную подзарядку энергии.

В бизнесе важную роль играет результативность (получение прибыли) и эффективность (как быстро и при меньших затратах) ваших управленческих действий, насколько вы сможете правильно оценить текущую ситуацию и своевременно принять правильное решение. Умение «обнулять» свое сознание или «включать белый экран», менять фокус своего привычного внимания, подзарядаться и генерировать новые мысли дает вам дополнительный внутренний ресурс для управления любой непредсказуемой ситуацией. Вы можете воспринимать мир через свой мыслительный контур, который полезен при планировании, постановке целей, разработке стратегий.

Вы также можете воспринимать мир напрямую, что, в свою очередь, позволяет вам получать больше чувственной сенсорной информации. Воспринимая мир напрямую, вы можете вплотную приблизиться к реальности любого события. Если вы воспринимаете больше информации о том, что происходит вокруг вас, то эта информация более точная. Замечая все больше информации в реальном времени, вы более гибко реагируете на окружающий мир. Вы также освобождаетесь от ваших привычек, негативных убеждений и предположений и способны реагировать на события по мере того, как они разворачиваются.

Вышедший недавно на пенсию Джон Тисдэйл (John Teasdale) был одним из ведущих исследователей практики внимательности. «Внимательность — это привычка, — объясняет Тисдэйл. — Чем больше вы упражняетесь в ней, тем выше вероятность того, что вы будете все чаще и чаще обнаруживать себя во внимательном состоянии естественным образом, без усилий. Это навык, которому можно обучиться. Это доступ к возможностям, которые у нас уже есть. Быть внимательным нетрудно. Трудно помнить о том, что нужно быть внимательным».

проживанию данного момента. Современные исследования выявили, что эти два контура мозга — мыслительный и чувственный («сеть по умолчанию» и «сеть прямого опыта») — находятся в обратной зависимости друг от друга. Так, если, играя в бадминтон, вы думаете о предстоящем совещании, вероятность того, что вы пропустите удар, гораздо выше, потому что, если наиболее активен ваш контур нейронных связей «по умолчанию», контур зрительного восприятия работает хуже.

Развить у себя внимательность и самосознание можно с помощью следующих практических приемов, которые активно применяются как в программах по развитию лидерских компетенций для руководителей, так и в программах по развитию коучинговых навыков в управлении бизнесом.

— **Быстрая перезагрузка и переключение внимания** (принцип «белого экрана»). Начинать с того, что ежедневно и желательно в одно и то же время и только на 1 минуту отключайте поток своих мыслей и концентрируетесь на своем внутреннем состоянии (дыхании, ощущениях своего тела в данный момент: какой запах вы чувствуете, что вы видите, слышите, чувствуете на вкус, на осязание). Главное — позволить себе не обдумывать полученную телесную и чувственную информацию и воспринимать ее как потоки информации, которые проходят сквозь вас. Эта методика активно применяется в коучинговой практике и называется принципом «белого экрана», или безоценочным восприятием действительности. С точки зрения мозговой деятельности работает это так. Вы фокусируете ваше внимание на входящих данных из внешнего мира или вашего внутреннего мира (например, на ощущении воды у себя на руках в тот момент, когда вы умываетесь), и это уменьшает активность вашего мыслительного контура «по умолчанию» и повышает активность контура чувственного прямого опыта. Временная инвестиция по 1 минуте в день делает посильным начать развивать этот навык даже для самых занятых людей. Подход может быть как в спорте, постепенно можно увеличивать нагрузку подобной





# Ritrama: более 50 лет инноваций на мировом рынке самоклеящихся материалов

**Ведущая свою историю с 1962 года группа компаний Ritrama в настоящее время входит в тройку европейских лидеров в области производства самоклеящихся материалов для флексографии, литографической, офсетной и цифровой печати, промышленности и индустрии визуальных коммуникаций. Сегодня в штате предприятия, операционная деятельность которого охватывает 95 стран мира, работают более 800 человек, а производственные, складские и логистические центры Ritrama обслуживают локальные рынки стран Европы и Азии, Северной и Латинской Америки, Ближнего Востока и Африки. Постоянные инвестиции в расширение ассортимента выпускаемой продукции, главным образом за счет разработок и выпуска решений, востребованных клиентами, в новые технологии, в автоматизацию производства и в профессиональный рост сотрудников позволили Ritrama стать крупнейшей в мире частной компанией по производству и дистрибуции самоклеящихся материалов.**

В 1962 году Арнольд Ринк, опытный предприниматель, обладавший талантом реализовывать инновационные технологические идеи, основал в Италии предприятие под названием Rink Trading and Manufacturing («Ринк: поставки и производство»), которое стало одним из пионеров развивавшейся в те годы в странах Европы индустрии производства самоклеящихся материалов. Примечательно, что еще в 1940-х годах он основал коммерческое предприятие в Венесуэле, которое ему затем удалось успешно продать компании Pepsi Cola.

Первая линия по нанесению клеевых составов на гибкие рулонные пленки, которой располагала основанная в начале 1960-х в Милане компания Rink Trading and Manufacturing, представляла собой модифицированный Арнольдом Ринком ламинатор, работавший со скоростью 20 погонных метров в минуту. Впоследствии из первых слогов первоначального названия компании было образовано новое имя производственного предприятия — RITRAMA.

В конце 1960-х к работе в компании приступил сын Арнольда Ринка Томас, химик-технолог, окончивший Корнельский университет в США. В те годы Ritrama представляла собой относительно небольшую компанию со штатом из 15 сотрудников. Начав свою деятельность в предприятии своего отца, Томас Ринк активно исследовал направление самоклеящихся материалов и со временем возглавил отдел продаж компании. Спустя более 50 лет группой компаний Ritrama продолжают управлять ее владельцы: Томас Ринк, занимающий пост президента, и его сыновья: генеральный директор Ritrama Рикардо Ринк и Рональд Ринк, член совета директоров, ответственный за направление самоклеящихся материалов для индустрии визуальной рекламы.



Экспансию на международный рынок решений для печати этикеток Ritrama начала в 1982 году, открыв завод в Манчестере (Великобритания), который позволил занять компании прочные позиции в индустрии рулонных самоклеящихся материалов в этой стране, а также в других регионах Северной Европы и Дальнего Востока. В настоящее время британское производственное предприятие специализируется на выпуске пленочных материалов с клеевым слоем на водной основе для трафаретной печати, производства этикеток и изготовления средств визуальной рекламы. В 1989 году Ritrama открывает еще один завод в Италии, главное предназначение которого заключалось в производстве акриловых клеевых составов на основе растворителей.

Через год компания совершает поглощение двух заводов по производству самоклеящихся материалов для рынков флексопечати, трафаретной печати и литых ПВХ-пленок, расположенных в Миннеаполисе и Кливленде. Сегодня на первом из них выпускаются ламинаты на основе спе-



циальных эмульсий и акриловых клеевых составов на основе растворителей, на втором — высококачественные литые самоклеящиеся пленки для индустрии визуальных коммуникаций, которые соответствуют самым жестким требованиям, предъявляемым к материалам для эксплуатации в наружной и интерьерной рекламе.

В 1994 году компания Ritrama приобретает завод по производству самоклеящихся пленок специализированного назначения в Испании. В последние годы на этом предприятии не только выпускаются самоклеящиеся пленки, но и разрабатываются специальные покрытия для материалов, используемых в качестве носителей для печати. Испанский производственный и дистрибуционный центр Ritrama обслуживает клиентов, работающих в странах Иберийского полуострова, Латинской Америки и Северной Африки.

Поскольку компания всегда интенсивно инвестировала средства в исследования и разработки новых технологических решений, Ritrama постоянно на один шаг опережала тенденции развития отраслей, в которых работали ее клиенты. Именно поэтому 25 лет назад, когда на мировом рынке начали появляться первые управляемые с помощью компьютеров режущие плоттеры для резки цветного винила и первые широкоформатные струйные принтеры, компания уже располагала широким ассортиментом самоклеящихся пленок, ориентированных на применение в производстве визуальной рекламы. Однако значительным шагом вперед в экспансии на рынке самоклеящихся пленок для sign-индустрии стала встреча с компанией Scitex Vision, в сотрудничестве с которой был разработан виниловый носитель для печати сольвентными чернилами, обладавший наилучшими на то время эксплуатационными характеристиками. Сотрудничество с компанией Scitex Vision позволило итальянскому производителю значительно расширить сферы применения выпускаемой продукции.

В начале третьего тысячелетия Ritrama совершает поглощение компании FAD, которая являлась ведущим итальянским производителем сертифицированных самоклеящихся материалов для обеспечения безопасности различных изделий. В 2006 г. компания переезжает в новую штаб-квартиру в Капонаго, где располагается полностью автоматизированный складской центр, предприятие по раскрою самоклеящихся материалов и логистический центр по реализации и доставке материалов для флексопечати. Через два года в этой же местности откроется новый центр по раскрою самоклеящихся пленок для широкоформатной печати, а в Вальпараисо (Чили) Ritrama введет в эксплуатацию новый завод, который обеспечит возможность активной экспансии группы компаний на развивающихся рынках стран Латинской Америки. Сегодня головной центр группы компаний Ritrama в Капонаго выполняет также функции отдела контроля качества и департамента исследований и разработок новой продукции.

В 2009 году Ritrama открывает собственное производственное предприятие в Китае с целью удовлетворения спроса на самоклеящиеся материалы в развивающихся странах Азиатского региона. Это современный завод, где выпускаются самоклеящиеся бумаги, ПВХ-пленки в листах и в рулонах из сырья, поставляемого из Европы, которые реализуются в странах Юго-Восточной Азии и Океании. Примечательно, что в 2008 — 2010-е годы, когда в странах всего мира, и в особенности в Европе и США, многие компании испытывали сложности, вызванные спадом в мировой экономике, согласно статистическим данным, группа компаний Ritrama демонстрировала ежегодный рост в объемах продаж не менее 18%.



Важной вехой в современной истории компании также станет поглощение в 2011 году фирмы Polifibra SpA, ведущего европейского производителя ламинатов для промышленного использования. В результате к четырем ключевым производственным направлениям деятельности Ritrama — «Материалы для флексопечати и производства этикеток», «Листовые материалы для литографической и офсетной печати», «Материалы для применения в промышленности» и «Материалы для визуальной рекламы» — добавилось пятое: «Выпуск и переработка продукции для кабельной промышленности, электрических изоляторов, материалов для строительства и фотоэлектрической промышленности».

Для обеспечения оперативных поставок, сервисного и гарантийного обслуживания клиентов, а также для эффективного продвижения своей продукции Ritrama развивает центры продаж и дистрибуции, оснащенные современным оборудованием для раскрою самоклеящихся материалов. Сегодня такие центры функционируют в Италии, Швейцарии, Испании, Великобритании, Польше, Украине, США, Чили, Китае, Мексике, Коста-Рике, Гватемале, Колумбии и Сингапуре.

В настоящее время Ritrama — это транснациональная группа компаний с 21 производственным и торговым предприятием. Предприятия расположены по всему миру. В штате Ritrama числится более 800 человек, а общая площадь офисных, заводских и складских помещений группы компаний занимает 220 000 кв. м. Годовой оборот группы компаний составляет 400 млн евро, из которых 39% приходится на поставки материалов для индустрии визуальных коммуникаций. В среднем объемы выпускаемой Ritrama продукции оцениваются в 12 млрд кв. м самоклеящихся пленок и бумаг в год.





Одной из ключевых стратегий, обеспечивающих экспансию и успешное развитие группы компаний Ritrama на рынках почти ста различных стран мира, является вкладывание средств в новые технологии и автоматизацию своих производственных предприятий. Все заводы Ritrama сертифицированы согласно действующим в том или ином регионе стандартам. Предприятия, выпускающие продукцию для рынка визуальной рекламы, работают в соответствии с технической спецификацией международного стандарта ISO, в котором определяются требования к системе управления качеством в области дизайна, разработок, производства, монтажа и обслуживания продукции.

На протяжении последних десятилетий группа компаний уделяет повышенное внимание защите окружающей среды. Именно поэтому Ritrama стала первым в Европе производителем самоклеящихся пленок, который стал использовать клеевые составы на водной основе, и первым разработчиком самоклеящихся полиэтиленовых пленок, позиционируемых как экологически безвредная альтернатива ПВХ. Ritrama активно использует в своей деятельности технологии, которые не имеют негативного влияния на окружающую среду и человеческое здоровье, и минимизирует воздействие своих предприятий на экологию путем оптимизации управления производственными ресурсами. К примеру, использование солнечной энергии для нагрева воды и систем напольного отопления позволяет экономить на заводах группы компаний до 40% природного газа. Благодаря этим и другим технологическим решениям Ritrama получила международный сертификат энергетически эффективного производства ISO 14001:2004.

В ассортименте выпускаемой заводами группы компаний Ritrama продукции для индустрии визуальной рекламы — широкий спектр литых и каландрированных виниловых пленок для плоттерной резки, носителей для широкоформатной печати, которые совместимы с любыми видами чернил, целая серия экологически безвредных материалов, а также уникальные по своей текстуре и функционалу пленки для винилового автостайлинга и интерьерной коммерческой графики. Среди оригинальных разработок Ritrama — статическая пленка без клеевого слоя для цифровой печати RI CLING CRYSTAL CLING, пленка для оклейки неровных кирпичных и бетонных стен HI-GRIP POLY GLOSS WHITE ASP32, декоративные самоклейки RI-MARK Gemstone, расцветка которых имитирует блеск того или иного драгоценного камня, винил для автостайлинга RI-WRAP с фактурой древесины, змеиной кожи и джинсовой ткани, а также пленка витринной графики RI-FIX, не требу-



ющая при монтаже профессиональных навыков. В числе новинок, представленных на мировом рынке визуальных коммуникаций группой компаний Ritrama в последние месяцы, — серия гибких ПВХ-пленок для оформления стен RI-JET DECO WALL, стойкая к внешним воздействиям полимерная пленка RI-JET 75 Optima, рассчитанная на среднее- и долгосрочное использование в наружной рекламе, в оформлении витрин и частичной оклейке транспортных средств, и эффектный хромированный винил CYBERKROME SILVER для винилового «перекрашивания» автомобилей.

Разработка самоклеящихся материалов для новых — порой нестандартных и сложных — сфер применения осуществляется при постоянном взаимодействии с заказчиками, рынком, поставщиками и сертифицирующими продукции организациями, что предоставляет возможность клиентам повысить эффективность своего бизнеса. При способности реализовывать выпускаемую продукцию по демократичным ценам Ritrama также выделяется на фоне других производителей самоклеящихся пленок гибкостью в принятии решений в ответ на запросы клиентов в области изготовления самоклеящихся пленок ограниченного тиража с требующимися клиенту характеристиками на заказ, будь то цвет, фактура или же та или иная разновидность клеевого слоя. В частности, именно так в ассортименте Ritrama появилась самоклеящаяся пленка для широкоформатной струйной печати RI-JET 145, а затем и материал RI-JET 165, которые оснащены клеевым слоем AP940. Этот состав был специально разработан для эксплуатации получаемых на самоклейке отпечатков в суровых климатических условиях, характерных для нашей страны, и монтажа коммерческой графики при окружающей температуре до -5 градусов Цельсия.

На сегодняшний день материалы можно приобрести у дистрибьюторов Ritrama, которые географически охватывают большинство регионов России: Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Новосибирск, Красноярск, Барнаул, Иркутск, Самара, Ростов-на-Дону, Краснодар, Пятигорск, Нижний Новгород, Абакан, Улан-Уде, Воронеж, Симферополь, Хабаровск, Уссурийск, Владивосток.

Как отметил Рональд Ринк, специалисты группы компаний Ritrama всегда открыты к сотрудничеству и готовы создавать инновационные разработки, исходя из технологических потребностей российских рекламно-производственных компаний, и выступать в роли партнера в области создания и производства новых самоклеящихся материалов, предоставляя возможность своим клиентам совершенствовать свой бизнес. ■

# СМА Perfect Trans: носитель типа backlit премиум-класса

**Компания СМА Imaging (Бельгия) выпустила пленку для широкоформатной цифровой печати СМА Perfect Trans. Новинка позиционируется как экологически безвредная альтернатива пленке для лазерной и светодиодной фотопечати Duratrans, которая использовалась для печати высококачественных рекламных постеров для дисплеев с внутренней подсветкой, размещаемых в престижных бутиках и фирменных магазинах косметики и парфюмерии.**

На протяжении длительного времени производители материалов для цифровой печати пытались создать аналог пленки для фотопечати Duratrans, которая пользовалась особой популярностью благодаря способности создавать иллюзию объема фотографического изображения при размещении в дисплее с внутренней подсветкой. Как заявляет компания СМА Imaging, на создание достойной альтернативы, не содержащей галогенида серебра, которую можно было бы использовать в современных широкоформатных струйных принтерах и при работе с которой не требовалось бы никакой дополнительной химии и обработки в фотолабораториях, потребовалось пять лет. Отпечатки, получаемые на новом материале, обладают выдающейся глубиной цветов и насыщенностью. При их размещении в световых коробах обеспечивается равномерная однородная засветка лицевой поверхности изображения от края до края, а сбалансированный уровень светопропускания придает полноцветной графике эффект дополнительного объема.

Пленка СМА Perfect Trans является экологически безвредной и полностью пригодна к вторичной переработке. Новинка совместима с чернилами HP Latex, что обеспечивает полное соответствие готовых отпечатков, полученных с помощью широкоформатных «латексных» принтеров HP, действующим стандартам в области экологической безопасности печатной продукции для оформления интерьеров. Свой выбор в пользу нового материала уже сделали владельцы косметического бренда Clarins. Теперь в световых дисплеях в их фирменных магазинах будут размещаться изображения, напечатанные на пленке СМА Perfect Trans.

«Пленка СМА Perfect Trans разрабатывалась изначально с целью получения высококачественного результата при размещении в дисплеях с внутренней подсветкой, и нам удалось создать именно такое решение, — комментирует Марк Сандерсон, управляющий директор компании СМА Imaging. — Помимо этого, наш новый материал соответствует растущему спросу на экологичные и экономичные носители для печати».

# RTape расширяет портфолио самоклеек для печати

**Этим летом в ассортименте компании RTape появились две новые самоклеящиеся пленки: металлизированный винил VinylEfx Air и полиэфирный носитель для печати Synaps OM.**

В клеевом слое металлизированной виниловой пленки VinylEfx Air предусмотрены микроканалы для выгонки воздуха, что позволяет работать с материалом даже новичкам при оклейке витрин и монтаже дисплеев, постеров и стикеров на кассовые аппараты в местах продаж. Данная технология также не требует применения влажного метода поклейки. Благодаря использованию акрилового клеевого слоя с низкой силой сцепления с поверхностью отслужившая свой срок коммерческая графика с легкостью удаляется без использования специальных химических веществ, не оставляя после себя никаких следов. Изображения на пленку VinylEfx Air можно наносить по технологии струйной печати с помощью сольвентных, экосольвентных, «латексных» и УФ-отверждаемых чернил, а также по технологии трафаретной печати.

Новинка выпускается в четырех вариантах: царапаном серебряном, матовом серебряном, глянцевом серебряном и глянцевом золотом. Поставляется пленка в рулонах шириной 1,37 м, длиной 9,144 м и 45,72 м.

Еще одна новинка от компании RTape, Synaps OM, представляет собой высококачественную полиэфирную пленку, совместимую с УФ-отверждаемыми и «латексными» чернилами.

«Мы сразу же заметили, насколько качественные результаты получаются при печати на Synaps OM, и были уверены, что клиентам они понравятся, — отметил Джим Варни, президент компании NovaChrome Digital Design & Imaging, которая уже успела опробовать новинку в своей работе. — Поверхность отпечатка была лишена каких-либо дефектов, и теперь нам не приходится ничего браковать и перепечатывать, как это случалось раньше из-за использования некачественных носителей».

Как заявляет компания-разработчик, материал Synaps OM обладает выдающейся долговечностью, быстро сохнет и отличается стойкостью к воздействию ультрафиолетового излучения. В силу размерной стабильности и стойкости к атмосферным воздействиям новую пленку можно использовать для производства P.O.S.-материалов, широкоформатных баннеров, интерьерной и наружной рекламы, выставочной графики и подвесных плакатов, которые не будут коробиться, самопроизвольно заворачиваться, отклеиваться от поверхности и выцветать.

Выпускается полиэфирная пленка Synaps OM в рулонах 0,91 x 30,48 м и 1,37 x 30,48 м.





# Монтажная пленка для наружной рекламы от Drytac

**Компания Drytac Europe, всемирно известный производитель самоклеящихся материалов для индустрии производства этикеток, упаковки и для промышленности, выпустила монтажную пленку многоцелевого применения, предназначенную для размещения средств визуальной рекламы вне помещений. Новинка получила название SureTac и обеспечивает высокий уровень сцепления с широким спектром различных материалов и поверхностей.**

Новая разработка компании Drytac представляет собой прозрачную полиэфирную пленку толщиной 23 микрона, которая с обеих сторон покрыта акриловым клеевым составом на основе растворителей и защищена плоской влагостойкой белой крафт-бумагой плотностью 157 г/кв. м, об-

работанной силиконизированным полиэтиленом. Клеевой состав пленки обеспечивает прочное и долговечное сцепление напечатанного изображения с оклеиваемой поверхностью.

Поклейку коммерческой графики с помощью SureTac рекомендуется выполнять в температурном диапазоне от +20 до +49 градусов Цельсия. Основные сферы применения пленки — монтаж наружной рекламы, фотографий и художественных репродукций, а также размещение P.O.S.-материалов.

«SureTac разработан специально как двусторонняя монтажная пленка для уличного применения, — отметил Стив Бруд, директор по продажам компании Drytac Europe. — Клеевой состав на обеих сторонах материала обеспечивает высокий уровень сцепления и обладает высокой прочностью на раздир, стойкостью к воздействию ультрафиолетового излучения, влаги и совместимостью с большинством типов материалов и поверхностей, используемых в наружной рекламе. Компания Drytac широко известна в индустрии своими разработками в области монтажных пленок с клеевым слоем на водной основе для рынка интерьерной фотографии. Руководствуясь наработками и опытом в этой сфере, мы создали решение для рынка наружной рекламы и теперь предлагаем нашим клиентам отличный вариант для размещения коммерческой графики вне помещений».

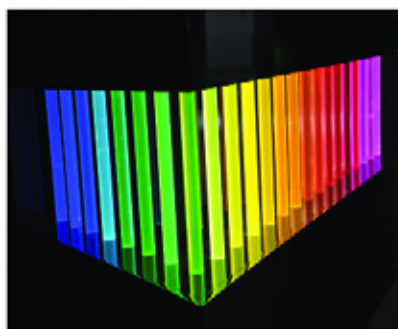
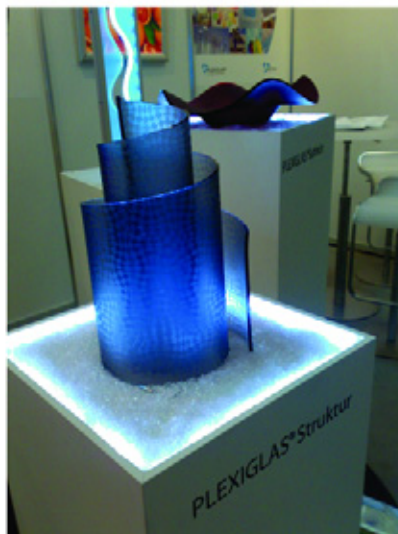
**NOVAfilm**  
**ФЕРРОПЛЕНКА**  
+ МАГНИТНАЯ ОСНОВА С КЛЕЕВЫМ СЛОЕМ



**СИСТЕМА ДЛЯ БЫСТРОЙ И ЛЁГКОЙ СМЕНЫ РЕКЛАМЫ**

МЕНЯ ЛЕГКО МОНТИРОВАТЬ! ДО 5 СЛОЁВ! ЛЮБЛЮ ЛЮБЫЕ ЧЕРНИЛА! INDOOR  
ИЩИ МЕНЯ ЗДЕСЬ [www.magnitvinil.com](http://www.magnitvinil.com)  
РАССКАЖЕМ ПОДРОБНОСТИ: 8.495.374.64.68 ПИШИТЕ: [info@magnitvinil.com](mailto:info@magnitvinil.com)  
ЗАХОДИТЕ В ГОСТИ: г. Москва, ул. Золотая, дом 11, строение 2, этаж 2

Производство и продажа прозрачного, белого и цветного акрилового (органического) стекла для наружной рекламы, интерьера, строительства и светотехники.



## ДЕСТЕК : PLEXIGLAS® в России

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

### Дилеры

**ОРГСТЕКЛО (Москва)**  
тел./факс: (495) 726-08-67, 726-33-38  
e-mail: info@orgsteko.ru  
www.orgsteko.ru

**ОРГСТЕКЛО (Санкт-Петербург)**  
тел./факс: (812) 224-95-42, 528-50-86, 528-62-36  
e-mail: pten@orgsteko.ru

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

**ООО «РЕМЭКС» (Москва, Преображенская наб., корпус 17)**  
тел. (495) 737-48-68, факс (495) 740-38-41  
www.remex.ru, info@remex.ru

**ООО «ТК РЕМЭКС» (Москва, ул. Добролюбова, д. 1)**  
тел. (495) 363-35-36, факс (495) 363-35-31  
www.remex.ru, info@remex.ru

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

**ХИМСИСТРИИ (Москва)**  
тел. (495) 925-88-49 (многокан.), факс (495) 995-22-93  
e-mail: post@hms.ru, www.hms.ru

### ЗАО «ФорДА»

Санкт-Петербург (812) 300-05-05

Москва (495) 739-74-03

Ангарок (3952) 509-169

Братск (3953) 27-30-40

Волгоград (8442) 78-12-73

Екатеринбург (343) 2-530-230

Иркутск (3952) 20-75-78

Красноярск (391) 205-14-14

Новосибирск (383) 363-75-05

Омск (3812) 61-91-15

Ростов-на-Дону (863) 200-02-83

Улан-Удэ (3012) 418-6222

Уфа (347) 246-63-73

Челя (3022) 41-51-88

e-mail: info@forda.ru  
www.forda.ru

### Торговые партнеры

**Гельветика трейдинг**  
тел. (495) 925-81-75, (495) 925-80-30 info@helvetica.ru

**Компания «ЗЕНОН Рекламные Поставки»**

Центральный офис

Тел./факс: (495) 788-11-33 (многокан.), 825-05-06

www.zenonline.ru, sales@zenonline.ru

www.sheets.ru, sales@sheets.ru

**Барнаул** (3852) 53-69-77, bm@zenonline.ru

**Владивосток** (4232) 43-77-34, vlad@zenonline.ru

**Волгоград** (8442) 95-71-71, vgrad@zenonline.ru

**Воронеж** (4732) 450-222, vrn@zenonline.ru

**Екатеринбург** (343) 344-344-7, eburg@zenonline.ru

**Иркутск** (3952) 45-61-61, irk@zenonline.ru

**Казань** (843) 2-789-789, kazan@zenonline.ru

**Красноярск** (391) 262-43-43, kras@zenonline.ru

**Красноярск** (391) 223-67-67, krs@zenonline.ru

**Липецк** (4742) 232-232, lip@zenonline.ru

**Новосибирск** (383) 289-00-02, nsk@zenonline.ru

**Нижний Новгород** (8312) 78-68-68, nnov@zenonline.ru

**Омск** (3812) 577-622, omsk@zenonline.ru

**Оренбург** (3532) 451-451, oren@zenonline.ru

**Патрикс** (8793) 975-975, kwm@zenonline.ru

**Ростов-на-Дону** (863) 295-45-55, rost@zenonline.ru

**Самара** (848) 209-39-0001602, sam@zenonline.ru

**Санкт-Петербург** (812) 622-02-02, spb@zenonline.ru

**Саратов** (8452) 477-111, sar@zenonline.ru

**Таштаб** (4782) 483-483, tash@zenonline.ru

**Тольятти** (3452) 32-13-13, toly@zenonline.ru

**Уфа** (347) 246-14-81, ufa@zenonline.ru

**Хабаровск** (4212) 79-80-90, khab@zenonline.ru



ДЕСТЕК расширяет ассортимент специальных и цветных продуктов PLEXIGLAS®, доставляемых в РФ и страны СНГ!

Теперь наши клиенты могут планировать свои проекты с большей предсказуемостью и меньшим временем ожидания. Огромное разнообразие блоков, труб, сатинов, литья, дымки, рифленых листов и многое другое — на расстоянии всего лишь одного телефонного звонка от вас.





## СВОБОДНОВСПЕНЕННЫЕ ПВХ-ЛИСТЫ

Вспененный ПВХ лист «UNEXT» – полимерный материал, изготавливаемый методом экструзии из порошкообразной не пластифицированной поливинилхлоридной композиции с добавлением вспомогательных веществ, имеет ровную однородную поверхность, защищённую жёлтой коэкструзионной плёнкой с одной стороны.

## НОВАЯ РАЗРАБОТКА «ЮНАЙТЕД ЭКСТРУЖН» ПВХ ЛИСТЫ «UNEXT–FRESH»



- ▶ **НОВАЯ ПЛОТНОСТЬ**  
( 0,55 г/см.3)
- ▶ **ПРЕЖНЯЯ ТВЁРДОСТЬ**  
(не менее 33 ед. по Шору D)
- ▶ **НОВАЯ ЦЕНА**  
(на 7%-10% ниже стоимости UNEXT-Strong)

# FRESH

## СВЕЖИЙ ВЫБОР

### ПРИМЕНЕНИЕ

- ▶ **В ОБЛАСТИ РЕКЛАМЫ:**  
изготовление быстровозводимых выставочных стендов, вывесок, объёмных букв, рекламно-информационных стендов и табло, вертикальных рекламных конструкций, дорожных знаков, деталей для световых коробов, оформление витрин и производство POS продукции.
- ▶ **В ОБЛАСТИ СТРОИТЕЛЬСТВА:**  
отделочные работы (в т.ч. в помещениях с повышенной опасностью) облицовка стен, оконных откосов, перегородок.

UNITED  
EXTRUSION

**ЮНАЙТЕД ЭКСТРУЖН**

– НОВЫЙ ЗАВОД  
– НОВОЕ КАЧЕСТВО

#### ДИСТРИБЬЮТОРЫ:

«ГЕЛЬВЕТИКА» <a href="http://www.helvetica-t.ru">www.helvetica-t.ru</a>	«ПОЛИАРК» <a href="http://www.polyarc.ru">www.polyarc.ru</a>
«ДМР» <a href="http://www.dmr.ru">www.dmr.ru</a>	«ПОЛИМЕР ЦЕНТР» <a href="http://www.polymercenter.ru">www.polymercenter.ru</a>
«ЗЕНОН» <a href="http://www.zenonline.ru">www.zenonline.ru</a>	«РЕМЭКС» <a href="http://www.remex.ru">www.remex.ru</a>
«КМСИ» <a href="http://www.kmci.ru">www.kmci.ru</a>	«ХИМСЫРЬЕ» <a href="http://www.hims.ru">www.hims.ru</a>

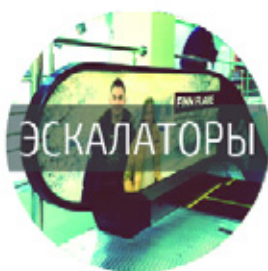


# NOVALight

## Пленка на микроприсосках НЕ СОДЕРЖИТ КЛЕЯ!

ИДЕАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ ДЛЯ:

- ▶ ВНУТРЕННЕГО ОФОРМЛЕНИЯ МАГАЗИНОВ  
ТОЧЕК ПРОДАЖ / ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ
- ▶ НЕ ОСТАВЛЯЕТ СЛЕДОВ, НЕ ПОВРЕЖДАЕТ  
поверхность за счет микроприсосок
- ▶ ПЕЧАТЬ ЛЮБЫМИ ЧЕРНИЛАМИ  
сольвент, эко-сольвент, латекс, УФ
- ▶ МОЖНО ПЕРЕКЛЕИВАТЬ ДО 10 РАЗ
- ▶ ЛЕГКИЙ МОНТАЖ И ДЕМОНТАЖ



**TRIANGLE®**

## ЧЕРНИЛА ДЛЯ ШИРОКОФОРМАТНЫХ ПРИНТЕРОВ С МИРОВОЙ ГАРАНТИЕЙ КАЧЕСТВА

- Сольвентные, экосольвентные, УФ и LED отверждаемые для принтеров Mimaki, Roland, Epson, HP, Flora, Mutoh и др.
- Совместимы с оригинальными чернилами
- Широкий цветовой охват
- Высокая стойкость к выцветанию
- Упаковка различных вариантов:  
бутылки 5л, 1л, картриджи 0,44л, 0,88л или 2л
- Гарантия на красочную систему от производителя чернил - компании INX Digital



123290, Москва,  
Мухомольный проезд, д. 4А/2  
Тел.: +7 (495) 956 1115. info@prizmix.ru  
[www.triangleink.ru](http://www.triangleink.ru)

**Prizmix**





## Cree устанавливает новые стандарты светоотдачи для светодиодов

**Корпорация Cree, Inc. объявила о выпуске нового семейства светодиодов XLamp XHP35, которые обладают на 50% более высокой светоотдачей, чем предыдущее поколение светодиодов Cree с форм-фактором 35 мм. Созданный на базе технологии SC5, новый светодиод XHP35 LED имеет высоковольтную архитектуру, что позволяет производителям систем освещения полностью реализовывать потенциал сверхъярких светодиодов при использовании уже имеющихся блоков питания.**

Новинка генерирует световой поток, достигающий 1833 лм, и при этом лишена недостатков многочисленных LED-модулей. Это дает возможность создавать новые светильники и системы освещения уменьшенного размера и по более выгодной стоимости.

В отличие от других существующих сверхъярких светодиодов, в семействе XHP35 используются 12-вольтовые монолитные чипы, которые обеспечивают рекордную эффективность при рабочем токе 1А и более низких показателях. Это делает новые светодиоды более привлекательными для дизайнеров систем освещения. Как заявляет компания-разработчик, прорыв в производстве сверхъярких светодиодов обусловлен технологией Cree SC5, в которой объединены уникальная технология применения карбида кремния и результаты прогресса в эпитаксиальной структуре, архитектуре чипа и усовершенствованной системе преобразования света, оптимизированной для получения наилучших показателей по нагреву и оптическому восприятию генерируемого излучения.

Светодиоды Cree XHP35 представлены в двух версиях: диодах с высокой плотностью и диодах с высокой интенсивностью, каждая из которых ориентирована на определенные сферы применения. Так, светодиод Cree XHP35 High Density LED обладает рекордно высокой светоотдачей и компактным корпусом и предназначен для использования в системах уличного освещения. В свою очередь, диод Cree XHP35 High Intensity оптимизирован для генерирования высокой силы света, оснащен светорассеивающей оптической линзой и рассчитан на применение в системах освещения с высокой интенсивностью.

Новые светодиоды выпускаются в нескольких вариантах, различаемых по индексу цветопередачи (70, 80 и 90) и цветовой температуре излучаемого белого света (от 2700К до 8300К).

## Электромагнитные трансформаторы для димминга от Solid Apollo

**Компания Solid Apollo LED разработала новую серию электромагнитных трансформаторов, предназначенных для различных видов светодиодных источников света, будь то светодиодные ленты или LED-модули. Особенностью новых блоков питания является возможность их использования вместе со стандартными низковольтными электромагнитными диммерами.**

Разработка ориентирована на пользователей, которые не желают менять уже установленные в их помещениях диммеры, чтобы не вносить изменений в дизайн интерьера, а также на тех, кто желает использовать традиционные диммеры Leviton или Lutron при установке светодиодных систем в будущем.

Для управления яркостью свечения светодиодов обычно используются диммеры на базе широтно-импульсной модуляции (ШИМ), однако стандартные встраиваемые в стены диммеры оказываются несовместимы с новыми источниками света, поскольку являются электромагнитными. При использовании электромагнитного трансформатора гарантируется, что сигнал, исходящий из диммера, совместим с трансформатором, и потому установить в интерьере изящные светодиодные ленты и энергоэффективные системы освещения на основе светодиодов становится гораздо проще.

«Электромагнитные трансформаторы обеспечивают удобство и гибкость в полномасштабном управлении многоцветных или одноцветных светодиодных систем освещения, — отметил Мануэль Баркин, главный исполнительный директор компании Solid Apollo LED. — Поэтому, когда, допустим, требуется полная яркость в рабочие часы, а затем — приглушенная яркость в системах акцентной подсветки, применение электромагнитного трансформатора значительно упрощает создание соответствующей системы управления светодиодами».

Новые электромагнитные трансформаторы Solid Apollo сопровождаются 10-летней гарантией компании-производителя и рассчитаны на использование со 120-вольтовыми и 24-вольтовыми светодиодными системами. Новинки выпускаются в компактных корпусах черного цвета, в которых предусмотрены пазы для скрытого настенного или потолочного монтажа. В серии представлено несколько моделей, начиная с компактного 50-ваттного трансформатора и заканчивая 300-ваттным трансформатором для крупномасштабных многозонных систем светодиодного освещения.



# Цветные LED-модули для вывесок и встраиваемого освещения

**Компания Lumileds анонсировала выпуск семейства светодиодных модулей Luxeon 3535L, предназначенных для использования в вывесках и системах общего освещения, в которых требуется регулировать оттенок свечения белого света или создать цветную подсветку. В семействе представлены модули красного, красно-оранжевого, янтарного, лаймового, зеленого и голубого цветов.**

Светодиоды новой серии оснащены корпусами для поверхностного монтажа источников света, выполненными в форм-факторе 3,5 x 3,5 мм. Цвета свечения достигнуты как за счет монохроматических излучателей, так и преобразованных с помощью люминофоров голубых светодиодов (в случае с LED-модулями янтарного и лаймового цвета). Все новинки отличаются достаточно высокой световой эффективностью. К примеру, LED-модуль с лаймовым цветом свечения генерирует световой поток в 56 лм при световой эффективности 190 лм/Вт и рабочем токе 100 мА в условиях эксплуатации при температуре +25 градусов Цельсия. Как заявляет компания-разработчик, использование люминофоров для преобразования цвета свечения светодиодов позволяет достигать гораздо более высокой световой эффективности, чем применение монохроматических излучателей, в особенности в спектре оттенков зеленого цвета. LED-модули с янтарным цветом свечения, как и белые светодиоды, можно изготавливать только при использовании люминофоров.

По оценкам компании Lumileds, светодиоды янтарного цвета будут востребованы в системах освещения с регулируемым оттенком белого света. К примеру, их можно будет встраивать в системы, которые позволяют диммировать свет до оттенков теплых цветов и имитировать тем самым работу ламп накаливания.

«Наши высокоомощные излучатели завоевали огромный успех среди клиентов, и это убедило нас в том, что диоды схожих цветов будут востребованы на многих других рынках, — отметил Дэвид Косенза, продакт-менеджер линейки цветных светодиодов Luxeon 3535L. — Кроме того, при комбинации, к примеру, с красным модулем LED-модуль лаймового цвета позволяет получать белый свет гораздо более теплых оттенков, чем комбинация стандартных белых и красных светодиодов. Теперь у дизайнеров света появляется больше различных возможностей для создания решений с регулируемым оттенком свечения».

# Теплопроводная лента для светодиодных систем от Techsil

**Компания Techsil представила теплопроводную ленту Stokvis 202331 (TIM) для использования в монтаже светодиодных систем освещения и внутренней подсветки. Новинка обеспечивает не только быстрый отвод тепла, но и надежную силу фиксации источников света при монтаже на различные типы поверхностей.**

Stokvis 202331 (TIM) представляет собой двустороннюю теплопроводную ленту, оснащенную акриловым клеевым слоем, в котором содержатся теплопроводящие керамические частицы, рассеивающие и отводящие тепло от светодиодов и других термочувствительных компонентов.

Вместе с выдающимися теплопроводящими свойствами Stokvis 202331 (TIM) также обеспечивает защиту твердотельных источников света от нагрева и обладает огнезащитными свойствами, долговечностью и высокой стойкостью к воздействию атмосферных условий. В составе новинки не содержится галогена. Лента рассчитана на эксплуатацию при температурах от -40 до +105 градусов по Цельсию. Как заявляет компания-производитель, Stokvis 202331 (TIM) — это разумный вариант для передачи тепла от светодиодной ленты на алюминиевые корпуса светильников и световых коробов.

Как известно, рассеивание тепла является одним из ключевых факторов в дизайне, сборке и производстве световых систем на основе светодиодов. 70% электричества в светодиоде преобразуется в тепло, которое, если не будет должным образом отведено от светодиода, будет снижать эффективность и надежность твердотельного источника света. Теплопроводная лента Stokvis 202331 (TIM) оптимизирует передачу тепла от светодиода к радиатору, устраняет воздух между источником нагрева и радиатором и в то же время выступает в роли изоляционной ленты и монтажной ленты.

Новая разработка компании Techsil отличается удобством в эксплуатации: при ее использовании нет необходимости ждать, пока клей затвердеет, что позволяет экономить время, а при монтаже, к примеру, отрезка светодиодной ленты длиной 1 м достаточно использовать отрезок теплопроводной ленты Stokvis 202331 (TIM) такой же длины.

Теплопроводность ленты Stokvis 202331 толщиной 0,5 мм оценивается в 2 Вт/мК. Сила адгезии с нержавеющей сталью составляет 25 Н/25 мм.





# «Стиль Рекламы» представляет: новое поколение светодиодных модулей для рекламы **DiodStyle**

**В апрельском выпуске журнала «Наружка» компания «Стиль Рекламы» (торговая марка Diod Style) продолжила знакомить с новейшими разработками в области светотехнической продукции. Вживую с новинками можно было ознакомиться на выставке «Дизайн и реклама 2015», которая также проходила в апреле этого года в Центральном Доме художника на Крымском Валу в Москве. По результатам нескольких месяцев поставок светодиодных модулей DiodStyle «Стиль Рекламы» рассказывает о первых итогах работы на рынке светотехники и своих планах, а также о новых решениях грядущего сезона, которые позволят рекламно-производственным компаниям сделать свой бизнес еще более эффективным и рентабельным.**

Напомним, на выставке «Дизайн и реклама 2015» компания «Стиль Рекламы» продемонстрировала линейку новых модулей типа smd 2835 со светорассеивающей линзой. С их помощью можно качественно и экономично подсветить любые световые короба или объемные буквы глубиной от 50 мм. Угол рассеивания светового потока в 160 градусов позволяет сократить общее количество модулей на один квадратный метр и добиться яркой и равномерной подсветки. Таким образом, эту линейку можно и нужно использовать в конструкциях малой глубины: для лайтбоксов от 50 мм лучше всего подойдет 1 smd 2835, рабочее расстояние для 2 smd 2835 — от 60 мм. Существенная экономия для заказчика — около 25% — достигается за счет сокращения затрат электроэнергии. Если взять для сравнения модули с идентичным световым потоком 2 smd 2835 и 4 smd 5050, то потребляемая мощность первого составляет 0,72 Вт, второго — 0,96 Вт, оба они выдают световой поток приблизительно в 75 — 80 лм. В масштабе готовой вывески получается действительно ощутимая разница в потреблении электроэнергии.

Стоит отметить, что вся продукция DiodStyle протестирована в реальных производственных условиях. Компания «Стиль Рекламы» на собственном производственном опыте убедилась в преимуществах применения новой линейки. Это и экономия на трудовых ресурсах, и время изготовления рекламной конструкции и, конечно же, качество. В числе клиентов компании — известные крупные сети, которые уже на протяжении нескольких лет в своих рекламных установках используют светотехнику



DiodStyle (многие конструкции, сделанные на базе модуля 2 smd 2835, эксплуатируются больше года). Среди них — отделения «Газпромбанка» на проспекте Мира и на Ленинградском проспекте, салоны сети «Связной», в том числе флагмановский магазин на Тверской и др. На Варшавском шоссе скоро состоится модернизация витрины гипермаркета «Спортмастер», для которой будут изготовлены торцевые короба больших размеров на базе модуля 4 smd 2835.

В настоящее время компания осуществляет ребрендинг одной крупной сети салонов-агрегаторов (бизнес «ставки на спортивных состязаниях»), в планах которой — до августа переоформить приблизительно 100 объектов. Как отметил генеральный директор компании «Стиль Рекламы» Сергей Руленко, благодаря инновационному модулю (с кристаллом 2835 и линзой) скорость выпуска рекламных конструкций увеличилась практически в полтора раза. В результате без увеличения штата сотрудников в неделю



компания отгружает рекламные конструкции минимум для пяти объектов. Каждый объект — это не только вывеска; в оформлении используются и дополнительные световые элементы (разное количество в зависимости от масштабов каждого заведения).

Своим опытом работы делятся и клиенты компании. Директор по развитию компании «Арт-сайт» (Москва) Александр Сысов рассказал, что его компания уже активно использует модули серии 2835 и довольна сотрудничеством. По его мнению, светодиодные модули обладают равномерным свечением, и нареканий по качеству ни разу не было. Он особенно выделил применение этих модулей в световых коробах и объемных буквах малой глубины. «Для установки в буквы глубиной 5 см — это лучший выбор», — отмечает Александр. Очень удобны они и в плане организации производственного процесса: по сравнению с продукцией, которую компания «Арт-сайт» использовала ранее, на единицу площади требуется

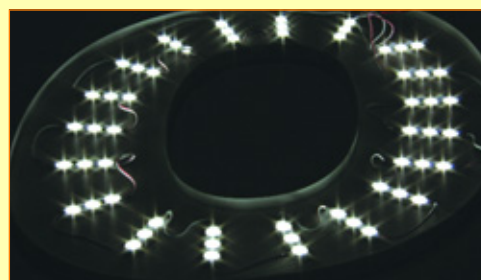
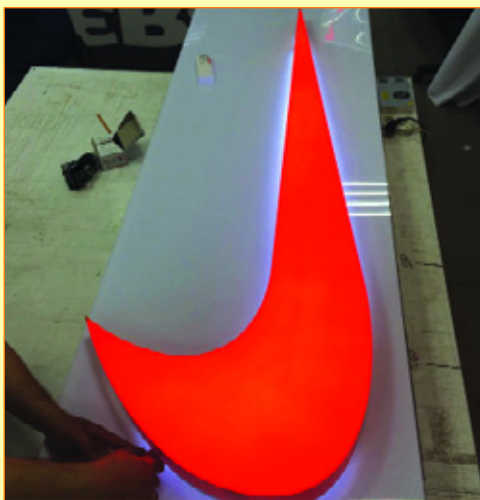
значительно меньшее количество модулей DiodStyle серии 2835.

Выставка «Дизайн и реклама 2015» помогла наладить контакты и с региональными рекламно-производственными компаниями из разных уголков России. Большинство из них впервые увидели линейку светодиодных модулей DiodStyle, в то время как в Москве эта продукция уже завоевала популярность, а многие производители рекламы используют ее уже более года. И те компании, которые уже успели оценить ее эффективность, активно используют светодиодные модули DiodStyle в своей работе. Как отметил Сергей Руленко, в регионы зачастую информация доходит с отрывом в два-три года. Многие, увидев эту продукцию впервые, проявили к ней большой интерес, изучали образцы и постепенно начинали применять предлагаемые компанией «Стиль рекламы» светодиодные модули в изготовлении новых вывесок и обновлении подсветки ранее установленных световых коробов.

Очень скоро, 22 — 25 сентября, в Москве в ЦВК «Экспоцентр» пройдет крупнейшая в России специализированная выставка «Реклама-2015», на которой также будет представлена продукция Diod Style. Главной сенсацией станет еще одна новинка: светодиодный модуль с кристаллом 3535. Это новое поколение сверхъяркого светодиодного модуля мощностью 2 Вт. Он представлен в двух модификациях: с классической рассеивающей линзой с углом рассеивания 165 градусов (для конструкций глубиной от 180 мм и более) и с более сложной линзой, где свет выходит под двумя углами — 45 и 15 градусов (это дает большую и более глубокую длину волны). Последняя разновидность предназначена для создания торцевой подсветки в конструкциях с малой глубиной (к примеру, в двусторонних коробах глубиной 50 — 100 мм). Она обеспечивает яркое свечение без каких-либо пятен и затемнений. Уникальность модуля с классической линзой заключается в том, что при большой глубине конструкций их нужно всего 15 — 20 штук на квадратный метр, благодаря чему в четыре раза сокращается объем работ по электрике.

Новые модули дороже обычных, но не стоит забывать, что один такой модуль заменяет минимум четыре обычных, и это полностью окупает затраты на сам модуль. Кроме того, рекламно-производственная компания выигрывает на сокращении трудозатрат, связанных с выполнением электротехнических работ.

Среди других преимуществ всех серий модулей, оснащенных светорассеивающими линзами, — корпус, обладающий уникальной структурой, который способствует лучшему и более эффективному теплоотводу и почти не нагревается. Срок службы модулей превышает 50 тыс. часов, а гарантия от производителя и поставщика составляет 5 лет! Степень пыле- и влагозащиты — максималь-



ная (IP67). Модули доступны в трех вариантах цветовой температуры белого света: теплом, дневном и холодном. По желанию клиента можно изготовить продукцию по индивидуальным параметрам (вплоть до нестандартной длины провода или даже с нанесением логотипа), чем активно пользуются региональные партнеры компании. Также всем партнерам предоставляется опция расчета необходимого числа источников света для конкретной конструкции. Для этого необходимо прислать файл с чертежом вывески в векторном формате, и инженеры компании определяют оптимальную модификацию источников света и рассчитывают их необходимое количество.

Еще одна важная особенность, которой отличаются светодиодные модули DiodStyle, — низкая регрессия света. В течение первых двух-трех лет эксплуатации она не превысит 15%, что будет абсолютно незаметно невооруженным глазом. Стоит отметить, что качество поставляемой продукции контролируется еще при отправке из Китая. Помимо личного менеджера на производстве, компания привлекает брокера, который контролирует каждую поставку и проверяет качество каждой позиции в ней. Как отметил директор по развитию компании «Стиль Рекламы» Алексей Ржендзинский, опыт показывает, что от партии к партии светодиоды идентичны. Из личного опыта он отметил проект для сети «Связной», когда заказчику потребовалось заменить одну вывеску из двух на одном объекте. В итоге получилось, что конструкция, которая до этого эксплуатировалась уже около года, и новая вывеска, оснащенная этими же светодиодами, только, что очевидно, из другой партии, светились идентично. По яркости обе вывески также не отличались друг от друга.

Поставка светодиодной продукции является одним из ключевых направлений деятельности компании. Регулярно — один раз в месяц — осуществляется закупка светодиодных модулей, при этом на складе все топовые позиции всегда доступны в большом количестве. В компании есть опция срочной доставки для уникального продукта или же заказа очень большой партии. В таком случае авиадоставка в Москву осуществляется в течение одной недели, в регионы — до 10 дней. В случае совместного заказа оптовая скидка на продукцию может достигать 30%.

Всем желающим протестировать новую продукцию компания готова по запросу предоставить образцы, которые будут доставлены в кратчайший срок в любой регион России (1 — 3 дня). Кроме того, компания приглашает всех желающих на выставку «Реклама-2015» (стенд FD 009), где можно будет ознакомиться со светодиодными модулями DiodStyle, получить образцы новых и уникальных разработок и подробно узнать о преимуществах работы с ООО «Стиль Рекламы» и о производственных возможностях предприятия. Помимо новейших светодиодных модулей для световой рекламы, компания также поставляет полный ассортимент всех необходимых компонентов для работы со светотехнической продукцией для интерьерного и уличного использования, включая блоки питания, светодиодные ленты любых наименований, лампы и т. д.

**ООО «Стиль Рекламы»**  
serg@advstyle.com  
<http://www.diodstyle.ru>  
+7 (495) 222-20-43





Много чемпионов мира  
родом из Швейцарии.  
И вот еще один.



### G3/S3/L3 Новое поколение цифровых режущих плоттеров Zünd.

Удивите своих клиентов качеством и творческим подходом. Zünd обеспечит вас первоклассными режущими системами. Получайте прибыль благодаря большей эффективности, гибкости и производительности. Цифровые режущие плоттеры Zünd третьего поколения - несомненные чемпионы от лидера мирового рынка.

**ZÜND**  
swiss cutting systems

**oktoPRINT**  
SERVICE

ООО "ОктоПринт Сервис"  
Ильинское шоссе, 4-ый км,  
г. Красногорск, Московская обл.  
Тел. +7 495 789 80 81  
Факс +7 495 789 80 83  
www.zuend.ru

## Обновленный УФ-принтер Docan UV3210



Компания «САЙН СЕРВИС» представляет обновленную модель успешно зарекомендовавшего себя гибридного УФ-принтера с приставными столешницами Docan UV3210.

Оборудование предназначено для печати как по рулонным материалам шириной 3,2 м (включая баннерную ПВХ-ткань, самоклеящиеся виниловые пленки, холст, бумагу, обои, «Экофлекс», натяжные потолки и т. д.), так и по листовым материалам (пластик, металл, дерево, камень и т. д.)

В принтере Docan UV3210 обновлена электроника, которая оптимизирована для работы с печатающими головками Konica Minolta 1024. При желании клиента систему можно приобрести в варианте, оснащенном печатающими головками Ricoh Gen5, для чего разработана соответствующая управляющая электроника. Печатающие головки Ricoh Gen5 отличаются высокой частотой работы пьезокамер, что позволяет с их применением развить скорость печати до 254 кв. м/ч. Для принтера Docan UV3210 предусмотрены цветные схемы с использованием двух печатающих головок для печати белым цветом: CMYK + W + W и CMYK + LcLm + W + W. Использование двух печатающих головок белого цвета делает скорость печати белой краской сопоставимой со скоростью печати цветами CMYK.

В оборудовании увеличена высота подъема печатающей каретки и прижимных валов материала, что позволяет загружать листовую материал толщиной до 10 см. Габариты принтера Docan UV3210 составляют 5,65 м x 2,89 м x 1,81 м, вес — 3950 кг.

Принтер Docan UV3210 предназначен главным образом для печати по рулонным материалам. С его помощью легко выполнять печать даже на тянущемся материале для натяжных потолков, поскольку материал качественно выравнивается вакуумом на перфорированной ленте подающего транспортера. Что же касается листовых материалов, то рекомендуется выбирать небольшие по габаритам заготовки, поскольку габаритные листовые материалы сложно позиционировать на движущейся транспортерной ленте.

Docan UV3210 — универсальный промышленный УФ-принтер, нацеленный на большие объемы печати и поставляемый по разумной цене.

[www.sign-service.ru](http://www.sign-service.ru)

# Развитие линейки широкоформатных сублимационных принтеров Epson

**Компания Epson объявила о выпуске двух новых широкоформатных принтеров, печатающих сублимационными чернилами на основе красителей: Epson SC-F7200 и Epson SC-F6200. Оборудование ориентировано на производителей тканей, сувениров и бизнес-подарков, на фотостудии и рекламно-производственные компании.**

Принтер Epson SC-F7200 способен запечатывать термотрансферные бумаги шириной до 1625 мм, аппарат Epson SC-6200 — шириной до 1117 мм. В системах применена технология печати Epson Precision Core TFP, которая обеспечивает высокую производительность и долгий срок службы печатающих головок. Печать осуществляется в режиме динамически изменяемого размера чернильной капли с разрешением до 720 x 1440 dpi. Максимальная производительность широкоформатного принтера Epson SC-F7200 составляет 58,9 кв. м/ч, предельно возможная скорость печати принтера Epson SC-6200 — 63,4 кв. м/ч. Используемые в оборудовании сублимационные чернила Epson UltraChrome DS позволяют получать отпечатки с яркими и насыщенными цветами, четкими контурами воспроизводимых изображений и плавными полутоновыми переходами, которые отличаются высокой стойкостью к выцветанию и истиранию. Благодаря применению чернил новой формулы HDK Black на отпечатках удается реалистично воспроизводить насыщенный нейтральный черный цвет и плотные теньевые элементы.

Новые сублимационные принтеры можно использовать для получения высококачественных отпечатков на текстиле в производстве одежды, спортивной формы и тканей для оформления интерьеров, а также для печати полноцветных изображений для последующего переноса на поверхности твердых изделий — к примеру, на кружки и чехлы для мобильных телефонов и планшетов.

«В этих двух моделях мы реализовали новейшие технологические достижения Epson, — отметил Мартин Джонс, продакт-менеджер представительства Epson в Великобритании. — Новые и усовершенствованные функциональные возможности принтера Epson SC-6200 открывают бесчисленное множество возможностей для рынка фотографии, позволяя печатать фото на таких материалах, как металл и древесина. Принтер Epson SC-F7200 вместе с тем предоставляет возможность компаниям, печатающим на рулонных текстильных носителях, создавать выдающиеся и эффектные изделия».

# Agfa StoreFront v3.0: новая версия «облачной» системы web-to-print

**Компания Agfa Graphics выпустила новейшую версию «облачной» системы web-to-print StoreFront 3.0, которая ориентирована на поставщиков услуг в области коммерческой печати и производителей широкоформатной визуальной рекламы. Система предназначена для создания интернет-магазинов и управления заказами, поступающими в режиме онлайн.**

Компания Agfa Graphics выпустила новейшую версию «облачной» системы web-to-print StoreFront 3.0, которая ориентирована на поставщиков услуг в области коммерческой печати и производителей широкоформатной визуальной рекламы. Система предназначена для создания интернет-магазинов и управления заказами, поступающими в режиме онлайн.

Система StoreFront 3.0 представлена в двух вариантах. Первый, StoreFront Apogee, разработан для компаний, которые специализируются на печати рекламных брошюр, листовок и другой маркетинговой полиграфической продукции. Второй вариант, StoreFront Asanti, рассчитан на применение в рекламно-производственных компаниях и на производствах, оснащенных оборудованием для широкоформатной печати.

«В настоящее время нашим крупнейшим клиентом, который пользуется системой StoreFront, является один из поставщиков услуг в области печати, управляющий сетью из 51 b2b-салона, — отметил Энди Грант, руководитель отдела программного обеспечения компании Agfa Graphics. — Сегодня с помощью StoreFront печатается свыше 1 млн страниц в месяц, что свидетельствует о потенциале приемов заказов на печать через сеть Интернет. Новая версия системы позволяет печатникам создавать больше салонов печати, работать на более крупных рынках и управлять различными методами оплаты и моделями выставления счетов».

В интерфейсе новой версии системы реализованы удобное в использовании меню из анимированных «карусельных баннеров» и функция создания пользовательских ссылок на страницах интернет-магазина. Владельцы онлайн-представительств теперь могут предоставлять дополнительную информацию своим клиентам и продвигать конкретные виды товаров или услуг, что позволяет им оптимизировать виртуальный магазин под свои цели и задачи и использовать его в качестве маркетингового инструмента. Баннеры в формате HTML5 легко размещаются на портале и правильно отображаются на мобильных устройствах посетителей. Функцию создания пользовательских ссылок можно использовать для добавления контактной информации или сведений об оплате и доставке.





ШИРОКОФОРМАТНЫЙ СОЛЬВЕНТНЫЙ ПРИНТЕР  
**ECOJET DX-5/DX-7**  
 более 150 инсталляций в 2013-2014 годах

**РЕКЛАМНЫЕ ПОСТАВКИ**

- Ширина печати 1,62 метра! (режим Production)
- Система автоматической подмотки с преднатяжением!
- Скорость печати 12 м<sup>2</sup>/час!
- Дополнительная система сушки!
- Система автоматической размотки!
- Программное обеспечение RIP!

**ZEON-NET.RU**

Стартовый комплект чернил в ПОДАРОК!

**НЕ АКЦИЯ!  
 НЕ РАСПРОДАЖА!  
 НЕ АНТИКРИЗИСНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ!  
 ПРОСТО ЛУЧШАЯ ЦЕНА НА РЫНКЕ!  
 399 ТЫСЯЧ РУБЛЕЙ!**

10 сервисных центров, 27 филиалов по России

ЗГПОН-ТХНИК: Москва, ул. Вольная, 28, (495) 788-07-75  
 БАЙНАУЛ: (852) 53 66 77 ВЛАДИВОСТОК: (4232) 43 77 44 ВОЛГОГРАД: (8442) 95 71 71  
 ВОРОНЕЖ: (473) 208-02-22 ЕКАТЕРИНБУРГ: (343) 346-346-7 ИРКУТСК: (3952) 48-63-61 КАЗАНЬ: (8432) 208-92-89  
 КРАСНОДАР: (861) 262 43 43 КРАСНОЯРСК: (391) 223 57 57 ЛИПЕЦК: (4742) 232 232  
 НИЖНИЙ НОВГОРОД: (831) 278 68 68 НОВОСИБИРСК: (383) 240 08 28 ОМСК: (3812) 906 000  
 ОРЕНБУРГ: (3532) 451-451 ПЯТИГОРСК: (8793) 975-975 РОСТОВ-НА-ДОНУ: (863) 295-15-55  
 САМАРА: (846) 374 50 50 САНКТ-ПЕТЕРБУРГ: (812) 622 02 02 САРАТОВ: (8452) 477 111 ТАМБОВ: (4752) 493 493  
 ТЮМЕНЬ: (3542) 32-13-13 УФА: (347) 2-181-181 ХАБАРОВСК: (4272) 45-80-90 ЧЕБОКСАРЫ: (8352) 45-15-66  
 ЧЕЛЯБИНСК: (351) 774 56 59 ЯРОСЛАВЛЬ: (4852) 26 08 08

# Крупноформатный режущий плоттер от Summa

Осенью текущего года на мировом рынке начнутся первые поставки нового планшетного режущего плоттера Summa F2630. Система имеет зону обработки размером 2,65 x 3,05 м и обладает всеми функциональными возможностями менее габаритной модели, планшетного каттера Summa F1612.

Новый планшетный режущий плоттер позиционируется как решение, ориентированное на рекламно-производственные и печатающие компании, которое позволит им обрабатывать отпечатки и заготовки еще более крупного формата, чем прежде, без ущерба для набора доступных функций и без уменьшения производительности. К тому же рабочая зона большей ширины дает возможность одновременно обрабатывать отпечатки, подаваемые из двух рулонов.

Каттер Summa F2630 полностью совместим с широким набором инструментов и дополнительных модулей, предусмотренных для использования в модели Summa F1612. Среди них — ножи для любых видов пластика и тонкого картона, осциллирующие ножи для плотного картона и вспененных панелей, биговочные ролики и ножи для V-образного реза, а также фрезерующий модуль мощностью 1 кВт для обработки листовых материалов толщиной до 25 мм, включая ПВХ, акрил, древесину или алюминиевые композитные панели.

Рабочая зона нового режущего плоттера площадью более 8 кв. м разделена на 12 вакуумных зон, каждую из которых можно в индивидуальном порядке автоматически включать и выключать. За счет этого пользователи получают возможность обрабатывать как крупноформатные заготовки, листы и рулоны, так и материалы и отпечатки малого формата. В каттере также реализован режим «тандем», позволяющий разделить активную рабочую площадь системы на фронтальную и тыловую зоны, что дает возможность пользователям выгружать уже обработанные заготовки и загружать новые заготовки с одного конца стола, в то время как плоттер продолжает обработку изделий на другой половине стола. В результате значительно повышается производительность оборудования и предотвращается необходимость в приостановке работы системы во время смены заготовок.

«Выпуск режущего плоттера Summa F1612 принес компании ошеломительный успех, и наши клиенты постоянно интересовались возможностью появления более крупноформатного аналога, — отметил Геерт Пиерлут, директор по маркетингу компании Summa. — Этой осенью, с появлением катера Summa F2630, они получают достойный ответ на свои запросы».

## Хотите сделать эффективной почтовую рассылку своих рекламных материалов?

Рассылайте вместе с журналом **НАРУЖКА**

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

Вы можете воспользоваться любой выборкой 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

# Профессиональные решения для управления цветом

**Многим компаниям, которые имеют опыт работы на оборудовании для широкоформатной печати, хорошо известно, насколько важно контролировать процесс производства печатной продукции на всех этапах. В обратном случае вывод изображений, которые можно только забраковать, приводит к излишним трудозатратам, дополнительным расходам чернил и носителей для печати, а порой может заканчиваться потерей клиента и наносить ущерб репутации предприятия. Контроль над цветопередачей отпечатков является одним из наиболее важных этапов в управлении производством печатной продукции. О прогрессивных разработках, позволяющих печатникам гарантировать достоверность цветов вне зависимости от модели используемого принтера и расходных материалов, и пойдет речь в этой статье.**

## **«Облачная» система для достижения точной цветопередачи и снижения издержек**

Этим летом компания CMA Imaging (Бельгия) представила свою новую разработку — построенную на «облачных» технологиях утилиту CMA ColorCloud. Система рассчитана на производственные компании любых масштабов и позволяет упрощать процессы печати полноцветной графики, обеспечивать стабильность и высокую точность цветопередачи при выводе отпечатков с помощью всех имеющихся принтеров на всех используемых материалах и получать правильные результаты на любых цифровых платформах, компьютерных мониторах и даже смартфонах и планшетах.

Принцип в работе с системой CMA ColorCloud прост: пользователям достаточно иметь только спектрофотометр и доступ к сети Интернет, никакого другого оборудования или программного обеспечения не требуется. Утилита работает на базе запатентованных алгоритмов управления цветом и предоставляет пользователям возможность гарантировать точную цветопередачу как при выводе цветопроб, так и при печати самого заказа. В системе используются формулы, которые обеспечивают правильное соотношение расхода чернил модели СМУК, точный баланс серого. Примечательно, что в результате сокращается расход чернил или тонера, требуемый для получения изображения.

Главная цель, которую преследовали специалисты компании CMA Imaging при разработке системы, — предоставить пользователям возможность усовершенствовать производственные процессы на их предприятиях путем обеспечения стабильности и точности цветопередачи и тем самым повысить качество печати как на одном широкоформатном принтере, так и на любых других печатающих устройствах. Как заявляет компания-разработчик, при работе с системой CMA ColorCloud достигается точное попадание в цвет, снижается себестоимость печати и уменьшается количество ошибок, в то же время повышается эффектив-



ность работы оператора за счет использования оптимизированных ICC-профилей, которые гарантируют стабильно высокое качество цветопередачи от отпечатка к отпечатку.

Пользователи могут как приобретать ICC-профили CMA ColorCloud по отдельности, так и приобрести неограниченную лицензию на использование системы, действующую в течение года. Система рассчитана на владельцев разнообразных устройств для цифровой печати, включая и тонерные, и струйные аппараты, а также широкоформатные принтеры, печатающие экосольвентными, «латексными» или УФ-отверждаемыми чернилами.

«Проблемы, вызванные несоответствием желаемых и получаемых при печати цветов, становятся более заметными, поскольку в настоящее время печатникам необходимо добиваться максимальной оперативности в выполнении заказов на печать, чтобы предельно загружать машину и оптимизировать маржу, — отмечает Жерардо Керрос, главный технический директор компании CMA Imaging. —





С помощью системы CMA ColorControl теперь гораздо проще печатать идентичные цвета на различных материалах и типах поверхностей. Это крайне важно для того, чтобы отпечатки соответствовали запросам и критериям заказчиков. К тому же применение нашей системы позволяет сокращать расход чернил, к чему стремится большинство печатников в своей повседневной работе».

### Модульная программа для стандартизации качества печати

Одной из наиболее популярных разработок компании Mellow Colour (Великобритания) является программный пакет PrintSpec, предназначенный для достижения цветопередачи предельно высокого качества. Программа поставляется в индивидуальном порядке каждому пользователю, с набором модулей и утилит, подобранных специально для покупателя, и с учетом особенностей его производства.

С помощью софт-пакета PrintSpec печатники способны получать отпечатки, которые по цветопередаче будут полностью соответствовать международному стандарту ISO 12647. Для контроля над цветопередачей и плотностью цветов используется спектрофотометр. В комбинации с программой PrintSpec обеспечиваются высококачественные результаты как при печати в конфигурации СМΥК, так и при использовании дополнительных цветов.

Для оценки соответствия отпечатка заданному стандарту в программе применяется оценочная система. В большинстве случаев для прохождения теста на точность цветопередачи используется порог в 80%.

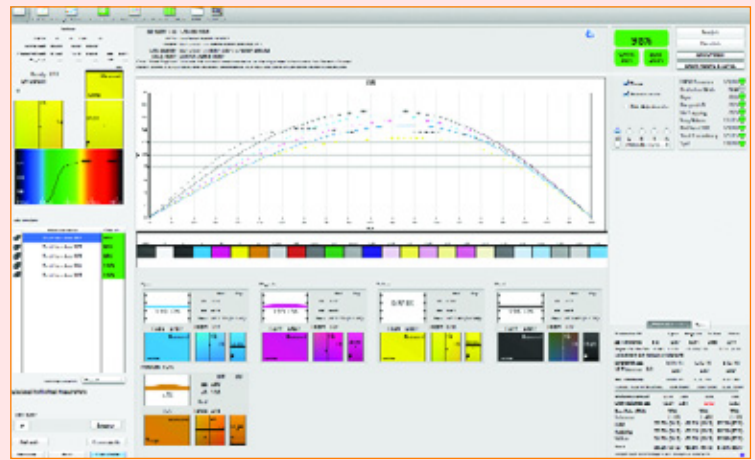
Компания MellowColour также разработала «облачное» приложение MellowCloud, которое позволяет заказчику печатной продукции распространять требуемые измерения среди печатающих предприятий и дистанционно утверждать отпечатки. Клиент получает отчеты, схожие с сообщениями PrintSpec о прохождении печатной продукцией тестов на точность цветопередачи. Также предусмотрена возможность вести статистику и составлять аналитические прогнозы и тем самым систематизировать контроль над качеством отпечатков. Разработки компании MellowColour отличаются простым в использовании пользовательским интерфейсом и выпускаются как для ПК под управлением ОС Windows, так и для систем Mac.

### Полномасштабный контроль над достоверностью цветов

Компания Bodoni, еще один разработчик программного обеспечения из Великобритании, в июле текущего года объявила о выпуске седьмой версии программного пакета для управления цветопередачей pressSIGN.

В программе реализован целый ряд технологических решений и утилит, позволяющих не только контролировать воспроизведение цветов на отпечатках, но и калибровать оборудование для печати и повышать качество печати в целом. К примеру, с помощью технологии 4 Colour eXchange печатники могут добиваться правильного и нейтрального баланса серого. В свою очередь, благодаря функции Neutral Print Density можно настроить цифровую печатную машину таким образом, чтобы получать показатели градации тонового изображения, используемые в аналоговых печатных машинах.

В седьмой версии программы реализованы 12 новых функций и усовершенствований, среди которых, в част-



ности, утилита Dry back. Как известно, зачастую печатники уделяют внимание цветопередаче отпечатка непосредственно во время печати. Между тем для заказчика гораздо важнее, какие цвета он увидит на отпечатке при получении тиража. Поскольку в процессе высыхания отпечатков в тонах изображения происходят незначительные перемены, гарантировать точную цветопередачу не всегда представляется возможным. Новая утилита Dry back на основе особых алгоритмов покажет оператору, как отрегулировать оптическую плотность слоя краски, чтобы получить предельно высокое качество цветов тогда, когда все чернила полностью высохли.

В обновленном программном пакете также предусмотрена возможность сохранять настройки для выполнения очередного задания на печать и применять их к последующим заданиям. Это позволяет значительно экономить время и не вводить каждый раз неизменяемые данные.

Еще одной полезной функцией, появившейся в седьмой версии pressSIGN, стала возможность объединять различные производственные площадки в группы, чтобы легче и проще передавать им сведения о заказах и взаимодействовать с ними.

Дополнительное приложение для pressSIGN 7, Server Monitor, позволяет пользователям удостовериться в том, что сервер, на котором работает программа, функционирует должным образом. С помощью приложения можно проверять состояние сервера как локально, так и посредством сети Интернет. Примечательно, что Server Monitor автоматически создает резервную копию всех выполненных заказов — ежедневно, еженедельно и ежегодно. Это означает, что после одного года эксплуатации программы у пользователя будет 7 ежедневных резервных копий, 12 ежемесячных и одна ежегодная. Если по какой-то причине база данных окажется недоступной, восстановить данные с помощью резервных копий можно будет быстро и просто.

В зависимости от страны, в которой находится печатающая компания, или же в зависимости от местонахождения ее заказчика пользователям предоставляется возможность при установке программы pressSIGN 7 выбирать одну или сразу несколько конфигураций, соответствующих отраслевым стандартам GRACoL, ISO 12647 или Japan Color.

Пакет pressSIGN совместим с большинством современных программных процессоров растровых изображений, а также поддерживает работу с различными моделями спектрофотометров таких производителей, как Barbieri, Konica Minolta, Techkon и X-Rite. ■



# Сарит Тикон (SAi): «Вывески — это перспективно!»

**Судя по целому ряду признаков, в последнее время объемы международного рынка вывесок и крупноформатной рекламы снова начали расти. В интервью Сарит Тикон, старший вице-президент по транснациональным продажам компании SAi, комментирует сложности и благоприятные возможности, существующие в индустрии визуальных коммуникаций.**



**Как бы Вы охарактеризовали текущую ситуацию на рынке визуальной рекламы и широкоформатной печати?**

Создается ощущение, что мы вернулись к сценарию роста. Печатникам и производителям вывесок приходится работать в новых условиях и реагировать на новые запросы мира, прошедшего через испытания Великой рецессии. В индустрии наблюдается больше оптимизма, чем прежде, происходят некоторые важные изменения, на которые стоит обратить внимание успешным сайнмейкерам и печатникам, поскольку для дальнейшего успеха потребуются новые стратегические решения и действия. Происходит рост в нишевых рынках, и новые методы работы и технологии играют в настоящее время очень важную роль.

**Каким именно крупным преобразованиям, по Вашему мнению, должны придать особое значение производители вывесок и визуальной рекламы?**

В первую очередь, вопросы экологичности приобретают все большую актуальность для владельцев брендов, органов власти и самих печатников. В странах Европы этим аспектам уже уделяется особое внимание в последние годы. Теперь же соображения о защите и сохранении окружающей среды становятся очень важными на огромных рынках США и Китая. Фактор воздействия технологий широкоформатной печати на экологию играет роль в принятии решений заказчиками коммерческой графики и потому влияет и на продажи нового оборудования для печати. Повышающаяся ак-

тивность компании HP на рынке широкоформатной печати для производства визуальной рекламы в области продвижения «латексных» принтеров серии HP Latex 300, оснащенных программными растеризаторами SAi Flexi RIP, также меняет общую картину в отрасли.

В результате мы видим развитие технологий печати УФ-отверждаемыми, «латексными» и водными чернилами на фоне логичного спада объемов сольвентной печати. Это один из ключевых трендов, на который следует обратить внимание производителям вывесок и рекламы в процессе выбора и покупки нового оборудования для печати.

**Как бы Вы прокомментировали предположение, что классического, традиционного производства вывесок больше не существует?**

Компания SAi располагает базой данных о деятельности своих клиентов, которая в настоящее время охватывает приблизительно 21 миллион проектов по всему миру, и это количество увеличивается приблизительно на 2 миллиона каждый месяц. Возможно, это кого-то удивит, но мы выяснили, что в 56% этих проектов до сих пор задействована технология резки цветного винила. Данный факт свидетельствует о том, что спустя 20 лет после своего появления цифровая печать дополняет возможности рынка вывесок и визуальной рекламы и вовсе не заменяет собой традиционные методы производства рекламной продукции в ожидавшихся ранее масштабах.

У цветных самоклеящихся виниловых пленок есть множество особенностей, которые нравятся конечным





пользователям — заказчикам вывесок, начиная с насыщенности цвета и заканчивая стойкостью к воздействию атмосферных условий и истиранию. Подавляющее большинство вывесок до сих пор представляет собой надписи из букв; их резка осуществляется быстро, а монтаж достаточно легок. Нет необходимости в использовании принтеров и в затратах на чернила.

### Что Вы можете сказать о цифровых крупноформатных дисплеях? Представляют ли они собой угрозу для индустрии?

Традиционные вывески остаются лучшим и наиболее выгодным решением для донесения до аудитории статической информации. Цифровые дисплеи больше всего эффективны в тех случаях, когда они передают информацию, которая меняется. В определенных сегментах рынка их можно встретить повсеместно: в супермаркетах, на станциях метро, в аэропортах и на вокзалах, в торговых центрах и спортивных комплексах. Опять же, я думаю, что это технология, дополняющая традиционные решения, а не заменяющая их.

Достаточно часто можно увидеть, как цифровой дисплей окружен вывесками и рекламой, полученной по традиционной технологии широкоформатной печати. Это отличный способ доносить до аудитории статичную информацию и в то же самое время передавать актуальные и меняющиеся со временем сообщения. Это эффективная комбинация, и, думаю, мы увидим еще больше примеров ее использования.

### В каких еще областях Вы наблюдаете заметный рост?

Очень быстро развиваются нетрадиционные сферы применения широкоформатной печати. Изменения в бизнес-стратегиях в результате спада в экономике, инновационные технологические решения и новые рыночные тренды стимулируют развитие нетрадиционных рынков.

Активно разрабатывается и выпускается оборудование для таких сегментов, как печать по текстилю, керамике и стеклу. В Китае и в других странах Азии печать по текстилю составляет всего 5 — 10% от работ, которые выполняют наши клиенты. По большей части это визуальная реклама на текстильных носителях. В то же время мы



видим, что, к примеру, в Южной Америке печать по предметам одежды становится значительной частью всех выполняемых работ в целом.

Другим растущим сегментом является производство этикеток и упаковок, где, с одной стороны, заказчики заинтересованы в меньшем количестве подрядчиков, а, с другой стороны, владельцы оборудования для широкоформатной печати ищут новые источники прибыли и стремятся делать больше для своих существующих клиентов.

### Как может совладать индустрия производства вывесок с ужесточающейся конкуренцией?

Помимо решений и новых источников прибыли, о которых уже говорилось выше, огромный интерес к технологии 3D-печати создал почву для предположений, что произойдет всплеск в производстве изделий самими потребителями. На мой взгляд, реальное будущее этой технологии — за локальным производством небольших партий товаров. В результате я предвижу рост спроса на упаковку для этих изделий, полученных по технологии 3D-печати. Возникнет потребность на небольшие тиражи упаковки, разработанной специально для ограниченных партий товаров.

И это представляет собой замечательную благоприятную возможность для производителей визуальной рекламы и других клиентов SAi: открыть направление выпуска малотиражной упаковки или упаковки на заказ. В свете этого мы надеемся в течение ближайшего года объявить о выходе программного решения для производства упаковки, которое позволит создавать дизайн складных картонных коробок, чтобы удовлетворять эти новые потребности рынка по цене, которая была

бы разумной и для заказчика, и для печатника.

### Что, по Вашим прогнозам, ожидает производителей вывесок и визуальной рекламы в ближайшие пять лет?

Думаю, мы уже наблюдаем перемены в индустрии, вызванные тем, что производители оборудования и материалов предлагают все больше комплексных решений. Хороший пример — система TrafficJet компании Avery Dennison, предназначенная для изготовления светоотражающих дорожных и промышленных знаков и указателей. Это комплексное решение, включающее материалы, чернила и принтер. Другой пример — разработка компании HP для печати обоев, которая объединяет «латексные» чернила, материалы, программное обеспечение и оборудование для широкоформатной печати. Можно ожидать, что в ближайшем будущем появятся схожие решения для печати по ткани, керамике и стеклу.

В то время как будущее для индустрии производства вывесок выглядит привлекательным, те сайнмейкеры, которые смогут выделиться на фоне других путем завоевания славы в области по меньшей мере одного дополнительного специализированного направления, будут наиболее успешны.

Мы уверены в перспективности отраслей, для которых работает компания SAi. Это и производство вывесок и визуальной рекламы, и широкоформатная печать, и фрезерно-гравировальные работы. В то время как в этих сегментах снова наблюдается рост и раскрывается их потрясающий потенциал, необходимость в увеличении ценности своих услуг и выпускаемой продукции для заказчиков и в дифференциации бизнеса — ключ к успеху каждого. ■

## МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА РЕКЛАМЫ



ФИРМА	ТЕЛЕФОН	ФАКС	САЙТ	ВИДЫ ПРОДУКЦИИ
3M	(495) 784-7474, (495) 784-7475	(495) 784-7474, (495) 784-7475	www.3Mgraphics.com/ru	Производитель самоклеящихся пленок для коммерческой графики (вывески, реклама на транспорте, напольная графика, Indoor-реклама, нестандартные решения)
Prizmix	956-1115	956-1115	www.prizmix.ru	Продажа расходных материалов EFI VUTEk и EFI Wide Format, чернила для широкоформатных принтеров торговой марки Trianple, инновационные материалы для дизайна и рекламы компании 3M.
ДЕСТЕК	(495) 517-9332	(495) 502-7804	www.destek.ru www.plexiglas.net	Производство и продажа органического (акрилового) стекла Plexiglas (r).»Более 50 цветов. толщины от 1.5 до 160 мм. Большой ассортимент листов, блоков, труб и стержней Plexiglas (r). Оперативное производство нестандартных размеров и цветов «под заказ».
ЗЕНОН	788-1133	788-1133	www.zenonline.ru.	Чернила, профили, мобильные стенды, инструменты, материалы: для шелкотрафарета и термопереноса, самоклеющиеся, световозвращающие и жесткие листовые
Русимпульс Проект	(495) 645-7088, 638-5125	(495) 645-7088, 638-5125	чwww.rusimpuls.ru	Электронные часы, табло обмена валют, табло для спортзалов, метеостанции, «бегущие строки», модули для стел АЗС, иные табло по индивидуальным заказам.
ЮНАЙТЕД ЭКСТРУЖН	783-9000	783-9000	info@unitedextrusion.ru	Производство ПВХ листов ТМ «UNEXT». Толщины от 1 до 24 мм. Широкая складская программа. 7 стандартных цветов. Постоянное наличие, проверенное качество.

## СВЕТОТЕХНИКА ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА РЕКЛАМЫ



ФИРМА	ТЕЛЕФОН	ФАКС	САЙТ	ВИДЫ ПРОДУКЦИИ
ЗЕНОН — Рекламные Поставки	(495) 788-1133	(495) 788-1133	www.zenonline.ru	Светодиодные модули, ленты и источники питания для объёмных букв и световых коробов. Люминесцентные лампы, ПРА, арматура, провод. Металлогалогеновые и LED прожекторы для подсветки банеров. Декоративная и новогодняя светотехника: занавесы, дюралайт, гибкий неон, клип-лайт и т.д. — более 1000 наименований.

## ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА РЕКЛАМЫ



ФИРМА	ТЕЛЕФОН	ФАКС	САЙТ	ВИДЫ ПРОДУКЦИИ
Prizmix	956-1115	956-1115	www.prizmix.ru	Широкоформатное оборудование и расходные материалы EFI VUTEk и EFI Wide Format, растровые процессоры EFI Fiery XF, широкоформатные принтеры Canon серии IPF, режущие плоттеры Esko Kongsberg серии XN, XP-auto и i-XE10 и ПО Esko.
ЗЕНОН-Рекламные Поставки	788-1133	788-1133	www.zenonline.ru.	Для шелкотрафаретной печати и термопереноса на текстиль и керамику, широкоформатные и сувенирные принтеры, фрезеры, граверы, режущие плоттеры.
ОктоПринт Сервис	(495) 789-8081	(495) 789-8081	www.oktoprint.ru www.zuend.ru	Цифровые планшетные режущие плоттеры Zund.



# ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ КОНКУРС КОТОРЫЙ НЕЛЬЗЯ ПРОПУСТИТЬ

Онлайн голосование  
и оценка профессионального жюри  
Отличный повод для самопиара!  
Продвижение работ участников  
в специализированных медиа



КОНКУРС  
ВИЗУАЛЬНОЙ  
РЕКЛАМЫ  
2015

Загрузи свою работу на [www.signbusiness.ru](http://www.signbusiness.ru)

телефон горячей линии: +7 (495) 234-7494

Креативный  
партнер



Минские Тэггерс

Генеральный  
информационный  
партнер



[www.advertology.ru](http://www.advertology.ru)

Официальный  
партнер



self-adhesive materials

Медиа-партнеры

**Ad**Index.ru

**outdoor**

Корпоративные партнеры



Ассоциация  
Корпоративных  
Агентств  
России



Ассоциация  
Корпоративных  
Агентств  
России

**IN+OUT**

Нестандартные медиа

**НАРУЖКА**

журнал о визуальной рекламе