

KODY QR

DRUKARNIE

dodatek specjalny

JAKOŚĆ DRUKU A WIZERUNEK FIRMY

PERSONALIZACJA POTENCJAŁ MARKETINGOWY

24 KATALOG DRUKARŃ





TAURON NOWA MUZYKA

KATOWICE
23-26.08.2012

GANG GANG DANCE,
HOT CHIP, BEACH HOUSE,
CARIBOU&FOUR TET BACK2BACK DJ SET,
CHILLY GONZALES, MOUSE ON MARS,
SPEECH DEBELLE, GHOSTPOET
AND MORE

WWW.FESTIWALNOWAMUZYKA.PL
WWW.FACEBOOK.COM/NOWAMUZYKA



W NUMERZE

04 Stoisko w wiktoriańskim stylu

Rynkiem włada nowa generacja telefonów komórkowych, która otwiera przed marketingiem i reklamą drzwi nowych, niesamowitych możliwości. Z różnych stron świat docierają do nas echa kampanii wykorzystujących Augmented Reality czy kody QR. Pozwalają one ożywić statyczny do tej pory wydruk, a eksperci w branży wskazują te właśnie technologie, jako przyszłość druku.



06 Interaktywność w druku

Rynkiem włada nowa generacja telefonów komórkowych, która otwiera przed marketingiem i reklamą drzwi nowych, niesamowitych możliwości. Z różnych stron świat docierają do nas echa kampanii wykorzystujących Augmented Reality czy kody QR. Pozwalają one ożywić statyczny do tej pory wydruk, a eksperci w branży wskazują te właśnie technologie, jako przyszłość druku.



10 Zmienić kolor auta

12 Druk odpowiedzialny środowiskowo

Firmy w ramach programów odpowiedzialności społecznej coraz więcej uwagi poświęcają problemom ekologicznym. Włączają się we wspólne sadzenie drzew, oszczędzanie energii czy wody. Coraz więcej klientów końcowych zwraca także uwagę na technologie druku, które w znaczy sposób wpływają na kondycję środowiska.



14 Marketing spersonalizowany

Personalizacja to bardzo efektywny i nowatorski sposób na przyciągnięcie uwagi potencjalnego odbiorcy. Wielokrotnie wykazano, iż z natłoku informacji, którymi jesteśmy atakowani, najpierw 'wylapujemy' swoje własne imię i nazwisko. Idea personalizacji w sensie psychologicznym odnosi się więc po trosze do zwykłej ludzkiej megalomanii, która w sposób zupełnie naturalny drzemie w każdym.



17 Faktoring się opłaca

18 Jakość a cena druku

Uzyskanie konsensusu między ceną i jakością jest możliwe, ale rynek usług druku stara się stawiać wyraźną granicę cenową, której nie może przekroczyć. Jakość zawsze wiąże się z wyższym kosztem i jest to widoczne we wszystkich dziedzinach życia. Klienci końcowi muszą zrozumieć, że jakość wydruków reklamowych ma niebagatelny wpływ na wizerunek firmy.



20 Możliwości druku

23 Wyścig szczurów

24 KATALOG DRUKARŃ



Bądźmy kreatywni!

Nowe technologie druku i materiały kreują podejście do biznesu i marketingu. Dziś komunikaty reklamowe mogą być drukowane praktycznie na wszystkich nośnikach, wszelkiego rodzaju tkaninach, szkłe, drewnie, plastiku. Technologia latexowa pozwoliła na aranżację wnętrza wrocławskiej kawiarni „Pożegnanie z Afryką”. Wykonane zostały prawie wszystkie elementy wyposażenia kawiarni: tapety na ściany i sufit, nadruki na pokrycia mebli, nadruki na poszewkach, na zasłonach, na elementach lamp, na foliach podłogowych i foliach samoprzylepnych, którymi następnie były oklejane meble, drzwi i ramy okienne. Efekt był niesamowity! To tylko jeden z wielu przykładów kreatywnego korzystania z potencjału dostępnych technologii. Drukarnie oferują ich znacznie więcej. Rynek druku rozwija się bardzo prężnie, starając się nadążyć na głównymi trendami w marketingu. Eksplozja w sprzedaży smartfonów spopularyzowała drukowanie kodów QR czy implementowanie technologii Augmented Reality. Interakcja między

materiałem drukowanym a urządzeniem mobilnym daje ciekawe możliwości poszerzenia komunikatu reklamowego i włączenie konsumenta w dialog z marką. Marka z kolei może zwracać się do swojego klienta po imieniu, dzięki personalizowanemu wydrukowi. Indywidualne komunikaty marketingowe uderzają w psychologiczne mechanizmy i potrzeby bycia traktowanym wyjątkowo. Psycholodzy wprowadzili pojęcie „coctail party phenomenon”. W skrócie jest to zjawisko, które polega na tym, że z miliona komunikatów błyskawicznie wylapujemy własne imię i nazwisko. Część informacji, którymi jesteśmy atakowani nam umyka, ale te opatrzone personaliami są wprowadzane do świadomości i na długo w niej pozostają. To tylko niektóre interesujące zjawiska marketingowe, w których ogromną rolę odgrywają rozwijające się technologie druku. Zapraszam do lektury pierwszej edycji dodatku specjalnego „Drukarnie”, w którym prezentujemy ciekawe trendy w druku materiałów reklamowych. Bądźmy kreatywni!

Joanna Łęczycka
z-ca red. naczelnego

Wydawca:
OOH magazine Sp. z o.o.
Al. Roździeńskiego 86a/IIIc
40-203 Katowice
tel. + 48 /32/ 206 76 77
fax + 48 /32/ 253 99 96
redakcja@oohmagazine.pl
www.oohmagazine.pl

Dyrektor działu sprzedaży:
Mażena Ziarkowska
m.ziarkowska@oohmagazine.pl
tel. 0515 077 553

Dyrektor kreatywny:
Michał Piechniczek
m.piechniczek@oohmagazine.pl

Zdjęcie:

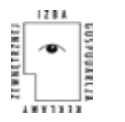
Redaktor naczelny:
Monika Opalka
m.opalka@oohmagazine.pl

Z-ca red. naczelnego:
Joanna Łęczycka
j.leczycka@oohmagazine.pl
tel. 0509 683 448

Druk:
Centrum Usług Drukarskich
www.cuddruk.pl

W celu zamówienia prenumeraty prosimy o kontakt z działem dystrybucji: tel. + 48 /32/ 206 76 77

WSZELKIE PRAWA ZASTRZEŻONE.
Redakcja nie ponosi odpowiedzialności za formę i treść zamieszczonych reklam i ogłoszeń.





STOISKÓ W WIKTORIAŃSKIM STYLU

Dowodem na niezwykle możliwości druku było stoisko Drukarni Ellert podczas Targów Packaging Innovation 2012. Wykonane z tektury falistej, dopracowane do najmniejszych szczegółów przyciągało uwagę formą i wykonaniem. Na temat projektu stoiska rozmawiamy z Aleksandrą Ellert, Prezes Drukarni.

➔ Przykładem świetnego pokazania potencjału tektury jest Państwa stoisko podczas targów Packaging Innovation. Proszę opowiedzieć o aranżacji.

Aleksandra Ellert: Tworząc koncepcję stoiska na Targi Packaging Innovation 2012 pragnęliśmy pokazać coś nowego i świeżego. Wstępne wytyczne przekazaliśmy do naszych utalentowanych grafików, którzy dla potrzeb projektu stworzyli pełną wizualizację 3D. Każdy obiekt, który miał się pojawić na naszym stoisku został dokładnie odwzorowany trójwymiarowo. Tak przygotowana wizualizacja trafiła do Działu Kreacji, gdzie grupa wyspecjalizowanych konstruktorów najpierw stworzyła rysunki techniczne mebli, a następnie wycięła je na ploterze tnącym i złożyła. Proces był długotrwały i skomplikowany. Z racji ilości zdobień i szczegółowości projektów, nie mogło być mowy o wykorzystaniu jakichkolwiek maszyn poza ploterem tnącym. Wszystkie prace wykonywane były ręcznie. Jako że ekspozycja przygotowywana była na targi o tematyce opakowaniowej, nasze meble miały stanowić tylko tło dla ekspozycji docelowej, ukazującej gościom możliwości naszego parku maszynowego. Stworzyliśmy piękne opakowania, nadając im kolory odzwierciedlające cztery pory roku. Następnie, za pomocą sitodruku nałożyliśmy na nie uszlachetnienia

(lakier UV, lakier strukturalny i lakiery brokatowe - złoty i srebrny). Opakowania wyeksponowane były przede wszystkim na obracającym się tekturowym stojaku w kształcie owalu (również utrzymanym w stylu wiktoriańskim).

Dla naszych gości stworzyliśmy również kuferki podróżnicze, w pełni zaprojektowane i wykonane przez nas, które były rozdawane jako próbka naszych możliwości. Po raz kolejny przedstawiliśmy jak niesamowite możliwości daje nam tektura falista i karton. Ewidentnym dowodem na to było nasze stoisko, które swoją atrakcyjnością przyciągnęło wielu odwiedzających targi Packaging Innovations 2012.

➔ Jakie możliwości stwarza tektura falista?

Tektura falista posiada wiele zalet. Jest o wiele lżejsza niż jej odpowiedniki – cecha istotna przy transporcie. Jest bardzo łatwa w obróbce, niebywale wytrzymała i w pełni przetwarzalna co oznacza, że w łatwy sposób można poddać ją recyklingowi. Jest materiałem niezwykle uniwersalnym, bezpiecznym i niedrogim. Jej właściwości pozwalają na szybkie przekształcenie jej w dowolną konstrukcję kartonową. Jedynym ograniczeniem jest wyobraźnia konstruktora. Wszystkie

Tektura falista posiada wiele zalet. Jest o wiele lżejsza niż jej odpowiedniki – cecha istotna przy transporcie. Jest bardzo łatwa w obróbce, niebywale wytrzymała i w pełni przetwarzalna co oznacza, że w łatwy sposób można poddać ją recyklingowi. Jest materiałem niezwykle uniwersalnym, bezpiecznym i niedrogim.

te cechy sprawiają, że tektura falista stanowi idealne źródło do produkcji materiałów reklamowych. Gama produktów jest szeroka: począwszy od opakowań, po standy, a na meblach kończąc.

➔ Jakie kreatywne materiały reklamowe można wyprodukować z tektury falistej?

Tektura falista jest świetnym materiałem do produkcji opakowań na produkty z linii eko. Dzięki temu, że jest całkowicie przetwarzalna, postrzegana jest przez odbiorców jako surowiec bardzo naturalny. Opakowania wykonane z tektury falistej podkreślają ekologiczny charakter produktu. □





INTERAKTYWNOŚĆ W DRUKU

Rynkiem włada nowa generacja telefonów komórkowych, która otwiera przed marketingiem i reklamą drzwi nowych, niesamowitych możliwości. Z różnych stron świat docierają do nas echa kampanii wykorzystujących Augmented Reality czy kody QR. Pozwalają one ożywić statyczny do tej pory wydruk, a eksperci w branży wskazują te właśnie technologie, jako przyszłość druku.

Interaktywne możliwości

Tudor Morgan, Group Marketing Managerem Wide Format firmy Fujifilm Europe, uważa, że eksplozja w sprzedaży smartfonów stwarza ogromną szansę na synergię oddziaływania statycznej reklamy zewnętrznej z interaktywnym charakterem technologii mobilnej komunikacji. Kreatorzy technologii druku wskazują jak inteligentne telefony i tablety mogą być wykorzystane do dalszego wzmocnienia nie tylko reklamy zewnętrznej, ale wszelkich obrazów graficznych.

Kod QR (Quick Response - szybka odpowiedź) służy do kodowania znaków w taki sposób, aby mogły być błyskawicznie odczytane przez

specjalne czytniki. Tego rodzaju innowacje (tzw. technologie pomostowe) są coraz częściej wykorzystywane w komunikacji i reklamie, ponieważ bardzo skutecznie angażują i motywują odbiorcę do multimedialnej interakcji. Technologia kodów QR została wynaleziona w 1994r. w Japonii na potrzeby japońskiego koncernu samochodowego Toyota, aby usprawnić procesy technologiczne i zoptymalizować produkcję. Kody QR to nic innego, jak popularne kody kreskowe rozszerzone o dodatkowy wymiar pozwalający na zapisanie znacznie większej ilości danych niż 13 cyfrowy tradycyjny kod. - Standardowy kod QR składa się z dużej ilości czarnych kropek zawartych w

kwadracie – mówi Ryszard Hołubowicz, prezes Agencji Aartystyczno-Reklamowej Gambit sp z o.o. - Tak samo jak w przypadku kodu kreskowego, te kropki oznaczają zera i jedynki w kodzie binarnym i dopiero po połączeniu serii kropek i pustych przestrzeni informacja zawarta w kodzie może zostać odczytana – tłumaczy Hołubowicz. Jak zauważa Jarosław Chojnacki, Executive Manager Agencji Interaktywnej Red Papaya kody szybko stały się ogromnie popularne na Dalekim Wschodzie, lecz w Europie zaczęły być dostrzegane stosunkowo niedawno. - W znacznej mierze przyczynił się do tego brak ogólnodostępnych smartfonów niezbędnych do interakcji z kodami QR – dodaje Chojnacki.

Kody QR w ujęciu marketingowym

Jednym z najbardziej znanych przykładów wykorzystania tej technologii była akcja promocyjna Tesco skierowana do wiecznie zabieganych mieszkańców Południowej Korei. Ściany metra zostały wyklejone zdjęciami półek sklepowych z atrakcyjnie wyglądającymi produktami. Każdy produkt posiadał QR kod pozwalający na jego zakup przez sklep internetowy. Dzięki takiemu zabiegowi zakupy można było zrobić w ciągu paru minut w oczekiwaniu na metro, a sprzedaż sklepu internetowego wzrosła o 130% czyniąc go najpopularniejszym sklepem on-line w Południowej Korei. Podobnych przykładów jest mnóstwo. W lutym tego roku kody QR wykorzystwała firma Black Red White. Zarówno gazetka, jak i plakaty promujące akcję wzbogacone zostały o kody QR, które po zeskanowaniu przekazywały szerszą informację na temat wybranych produktów, można było obejrzeć prezentację szaf w 3D, pobrać gazetkę promocyjną czy obejrzeć reklamę z najnowszymi kolekcjami Black Red White. Na ciekawy pomysł wpadła firma Heineken podczas organizowanego corocznie festiwalu: Heineken Open'er Festival. Heineken chcąc dodatkowo ułatwić nawiązywanie nowych

znajomości postawił na terenie festiwalu zielony namiot, w którym każda osoba mogła stworzyć swój prywatny kod QR. Kod mógł zawierać cokolwiek: numer telefonu, email, link do profilu na Facebook-u. Tak przygotowany kod trzeba było nakleić w dowolne miejsce na swoim ciele. Z możliwość stworzenia własnego kodu QR skorzystało blisko 5 000 osób. W USA jedna z firm kurierskich ma kody QR na dachach swoich samochodów i dzięki technice fotosatelitarnej śledzi położenie pojazdów na trasie. Potencjał marketingowy kodów jest więc niezwykle interesujący. - Kody QR są bardzo użyteczne jeśli chodzi o umieszczenie dużej ilości informacji na małej przestrzeni, pojawiają się więc coraz częściej, poszerza się nieustannie także zasięg branż, w których znajdują zastosowanie – mówi Ryszard Hołubowicz z firmy AAR Gambit - I w przeciwieństwie do kodów kreskowych ilość danych, którą można umieścić na porównywalnej przestrzeni jest wielokrotnie większa – dodaje Hołubowicz. Kody QR mogą zawierać wiele informacji: nazwy i wizytówki, specyfikacje produktów, automatyczne sprawdzanie adresu w Google Maps, subskrypcje e-mailową przyciski PayPal pozwalające

na natychmiastowy zakup, czy linki do portali społecznościowych i do stron firmowych. Technologia jest także często wykorzystywana w przypadku wszelkiego rodzaju kampanii promocyjnych.

Interaktywność w druku

Kody QR drukuje się jednym kolorem, więc dowolna maszyna poligraficzna, która dysponuje rozdzielczością nie mniejszą niż 300dpi może je wyprodukować. - Do tego typu druków świetnie nadają się maszyny do druku cyfrowego – mówi Jacek Ziółkowski, Specjalista d/s bookletów w firmie INFODRUK Zakład Poligraficzny - Nasza firma w listopadzie ubiegłego roku zakupiła taką maszynę - belgijski Xeikon 3030, pierwszą maszynę cyfrową do druku rolowego w Polsce o natywnej rozdzielczości 1200dpi. W tej chwili kończymy zlecenie dla klienta, który w oparciu o personalizowane kody QR i zaawansowaną folię typu VOID oznakowuje opakowania z lekami jako certyfikat oryginalności – dodaje Ziółkowski. Aby kod QR działał, musi być czytelny, tzn. kontrast pomiędzy jasnymi a ciemnymi polami musi umożliwiać skuteczne zeskanowanie. - Dopuszcza się stosowanie różnych kolorów, ale

FORTIS DRUKARNIA

DRUK offsetowy UV
na podłożach niewiątkliwych PVC, PP, folie samoprzylepne

Znajdujemy się w wąskim gronie drukarni specjalizujących się w druku offsetowym na niewiątkliwych podłożach. Technologia ta warunkuje pracę na nowoczesnych maszynach Heidelberga. Na niej jesteśmy w stanie precyzyjnie zadrukować każdy niewiątkliwy materiał PVC, PP, folie samoprzylepne, adhezyjne z użyciem farb UV.

To specjalizacja, która daje ogrom możliwości i pomysłów na nietuzinkowe materiały promocyjne.

DRUK na foliach soczewkowych 3D

DRUK offsetowy - tradycyjny

ul. Jana z Kolna 16 • 65-014 Zielona Góra • +48 508 549 888 • info@fortis.net.pl

poligrafia

najczęściej używa się bieli i czerni, ponieważ dają największy kontrast a więc są najłatwiejsze do „przeczytania” - tłumaczy Ryszard Hołubowicz - Jest to szczególnie ważne przy marketingowym zastosowaniu QR kodów – różni ludzie dysponują różnymi telefonami wyposażonymi w aparaty fotograficzne o różnych parametrach technicznych – kod QR musi być maksymalnie czytelny dla zmaksymalizowania zasięgu kampanii – dodaje Hołubowicz. Kody QR mogą być drukowane na wszelkich nośnikach umożliwiających ich późniejsze zeskanowanie. Podstawowymi warunkami są tu jednak takie czynniki, jak czytelność wydruku, trwałość i odporność na warunki zewnętrzne. Plakat z kodem można powiesić w dowolnym, dozwolonym, publicznym miejscu na dworze – trzeba jednak brać pod uwagę różne, zmienne warunki atmosferyczne, zagrożenia ze strony czynnika ludzkiego, zakłócenia odbioru przez brak zasięgu (w metrze) czy niewystarczające oświetlenie.

Niedoceniony potencjał

Według badania „Who Buys Wide Format 2011” autorstwa Tima Green’a (dyrektora firmy), coraz więcej nabywców mediów i maszyn do druku jest zainteresowanych kodami QR i innymi elementami interaktywnymi wykorzystywanymi w grafikach. Na polskim rynku kody QR to ciągle nowinka. Nowinka zyskująca na popularności, aczkolwiek ciągle będąca niewiadomą dla dużej części konsumentów – mówi Ryszard Hołubowicz - Coraz częściej zdarzają się w Polsce akcje wykorzystujące QR kody, jednak trzeba być świadomym ograniczeń: grupą docelową mogą być tylko posiadacze smartfonów, co mimo wszystko

mocno zawęża target do głównie młodych ludzi zainteresowanych nowinkami technicznymi – podkreśla Hołubowicz. Technologie interaktywne w druku ciągle są niedoceniane na polskim rynku. - Samo dołączanie do papierowych reklam kodu QR z zapisanym adresem strony WWW nie czyni z nich jeszcze niczego niezwykłego, lecz gdy spojrzymy na kody jak na nośnik zakodowanej informacji, która ma wzbudzić zainteresowanie i chęć odczytania danych, wówczas zainteresowanie samą reklamą znacznie wzrasta – mówi Jarosław Chojnacki, Executive Manager Agencji Interaktywnej Red Papaya - W przypadku gdy odczytanie kodu będzie powiązane z korzyścią w postaci rabatu czy bonusu, a jego zdobycie wymaga interakcji i pewnego niewielkiego wysiłku, wówczas znacznie większy procent osób zapamięta i skorzysta z oferty – zaznacza Chojnacki. To bardzo istotne, żeby konstruować akcje promocyjne w sposób przemyślany, żeby nie zrazić potencjalnego klienta przesyłaniem niepotrzebnych i mało interesujących informacji. Najważniejsze jest, żeby QR kod był w jakiś sposób przydatny potencjalnemu konsumentowi, zawierał kupon zniżkowy lub oferował coś darmowego. Interaktywne technologie zawarte w wydrukach w obliczu wzrastającej liczby smartfonów są kierunkiem, w którym będzie się rozwijał rynek druku. Potencjał jest ogromny, filozofia sukcesu leży w mądrym korzystaniu z tego narzędzia. Kod QR musi być więc wydrukowany w sposób umożliwiający łatwe zeskanowanie, umieszczony w odpowiednim, przystępnym miejscu, a sama kampania zaprojektowana tak, żeby klient czuł, że jego fatyga się opłaca. □

Według badań CMB Consumer Pulse oraz iModerate Research Technologies (2011, USA):

- Co piąta osoba wie, co to jest QR.
- 8 na 10 osób widziało i potrafi je rozpoznać.
- Co drugi użytkownik smartfona zeskanował jakiś kod.
- 20% z tych, którzy zeskanowali, dokonali potem zakupu na bazie pozyskanej informacji.
- 7 na 10 użytkowników uważa, że łatwo się z nich korzysta.
- Co czwarta osoba uważa, że QR są pomocne
- Najczęstszym źródłem kodu była gazeta lub magazyn - ponad 1/3 badanych je stamtąd pozyskała.

Powody skanowania: prawie połowa skanujących była ciekawa, co się pod nim kryje; dla 40% to dobry sposób na pozyskanie informacji; dla 40% ludzi motywacją jest również możliwość otrzymania zniżki, kuponu lub gratisów.

Źródło: CMB.



Wydrukujemy dla Ciebie wszystko

billboardy, citylighty, siatki wielkoformatowe, banery kasetony, reklama na pojazdach, systemy wystawiennicze i inne

Zajmujemy się kompleksową obsługą firm:
 • doradztwo • druk • prace wykończeniowe • montaż reklam
 Realizujemy zlecenia specjalne

**CYFROWA DRUKARNIA WIELKOFORMATOWA
 MASTERPRINTXL**



Masterprint XL, ul. Poznańska 21 Jasin, 62-020 Swarzędz
 BOK: tel.: 61 655 98 11, 10, 21, e-mail: biuro@masterprintxl.pl

Masterprint XL, ul. Obrzeźna 5 / piętro XI, 02-691 Warszawa

Kod QR służy do kodowania znaków w taki sposób, aby mogły być błyskawicznie odczytane przez specjalne czytniki. Tego rodzaju innowacje są coraz częściej wykorzystywane w komunikacji i reklamie, ponieważ bardzo skutecznie angażują i motywują odbiorcę do multimedialnej interakcji.





ZMIENIĆ KOLOR AUTA

Na temat ciągle popularnego car wrappingu, trendów w oklejaniu i trudności w aplikacji rozmawiamy z Piotrem Cińskim z firmy PENTAGRAF.

➔ Joanna Łęczyska: Jak kształtuje się zainteresowanie car wrappingiem na polskim rynku?

Piotr Ciński: Od kilku lat car wrapping rozwija się w Polsce bardzo dynamicznie. Na tle rynku zachodnioeuropejskiego, na którym obecnie pracuję, mogę powiedzieć że polskie firmy szybciej i odważniej sięgają po wszelkie nowinki, jakie dostarczają nam producenci i dystrybutorzy. O reklamie drukowanej na auta chyba w żadnym kraju w Europie nikt nie wie tyle, co Polacy i chyba w żadnym kraju ta gałąź nie jest tak spopularyzowana jak w Polsce. Car wrapping nie osiągnął jednak jeszcze szczytu swoich możliwości. Coraz większe zainteresowanie budzi zmiana koloru auta. Dzięki coraz szerszej ofercie materiałów, które można swobodnie w tej dziedzinie stosować, a także lekkiemu uspokojeniu jeśli chodzi o reklamę drukowaną, myślę że car wrapping jeszcze długo się nie znudzi.

➔ Jakie firmy i instytucje najczęściej korzystają z usług oklejania pojazdów i przy jakich okazjach?

Na dzień dzisiejszy myślę, że Pani pytanie można wręcz obrócić o 180 stopni: „Jakie firmy i instytucje nie korzystają z usług oklejania?”. Car wrapping jest na tyle popularny, że sięgają po niego zarówno firmy duże, posiadające stabilną, mocną pozycję na rynku, jak i nowe jednoosobowe działalności. Oklejanie samochodów pojawia się

wszędzie tam, gdzie trzeba zwrócić uwagę potencjalnych odbiorców. To już nie tylko kampanie reklamowe budujące markę czy wprowadzające nowy produkt. To również imprezy jak choćby nadchodzące „Euro 2012”, plebiscyty jak kandydatura Mazur do cudów natury i wiele, wiele innych. Stosunkowo nowy i wciąż rosnący w siłę segment zmiany koloru sprawił, że oklejanie pojawia się także tam, gdzie wcześniej mimo wysiłków nie było zbyt popularne. Zrywając z etykietą reklamy wchodzi w obszary tuningu samochodowego i wystroju wnętrza pojazdów. Reasumując, na dzień dzisiejszy car wrapping zarówno dzięki atrakcyjnej cenie, jak i coraz szerszej gamie zastosowań, jest wykorzystywany w mniejszym lub większym stopniu przez ogromną ilość firm i instytucji w Polsce.

➔ Jakie trendy w oklejaniu samochodów dominują w tym roku? Jakie rodzaje i faktura folii cieszą się największą popularnością?

Niezwykle popularny w zeszłym roku czarny mat i karbon wbrew pozorom wciąż cieszą się dużym zainteresowaniem klientów. W tym roku jednakże popyt na oklejanie aut w zmianie koloru sprawił, że dystrybutorzy i producenci odświeżyli lub poszerzyli ofertę o takie materiały jak szczeniowane metale, różne odmiany skór, niezwykle popularna biała perła i wiele innych.

➔ Jak przygotować auto do aplikacji?

Przygotowanie auta do aplikacji to kwestia, którą powinni zajmować się fachowcy. O ile w oklejaniu komercyjnym materiałem zadrukowanym, gdy możliwości oklejania elementów wewnętrznych są ograniczone, demontaż takich elementów jak lusterka, klamki, plastik można w pewnym stopniu pominąć, o tyle przy zmianie koloru auta, jest to niedopuszczalne. Chcąc uzyskać efekt zbliżony do malowania, trzeba „rozebrać” auto niemal jak w lakierni. Wpływa to zarówno na efekt wizualny, jak i znacznie zwiększa trwałość aplikacji.

➔ Czy folię można dowolnie wymieniać, czy nie niszczy ona karoserii samochodu?

Folia sama w sobie nie niszczy karoserii. Jest przyklejona klejem, którego formuła została specjalnie tak przygotowana, aby nie miała absolutnie żadnego negatywnego wpływu na powierzchnię auta.

➔ Dlaczego warto zlecić oklejanie floty profesjonalistom?

Myślę, że wystarczą w tym przypadku dwa argumenty. Czas i jakość. Zdaje sobie sprawę, że oklejanie wydaje się być niemal banalnie proste dla osób przyglądających się aplikatorom w czasie pracy. Nic bardziej mylnego. Oklejanie wymaga zarówno bardzo dużej wiedzy teoretycznej, jak i samej praktyki. I chyba właśnie najczęściej na ten temat mogłyby powiedzieć osoby, które pokusiły się oklecić auta samodzielnie, nie korzystając z usług wyspecjalizowanych firm. Chcąc oklecić auta szybko, a jednocześnie oklecić je w sposób estetyczny i bez uszczerbków w lakierni i innych elementach karoserii, nie ma alternatywy - trzeba skorzystać w firm zajmujących się car wrappingiem na co dzień. Pozwoli to uniknąć zbędnych kosztów, jakie mogłyby powstać na skutek zniszczenia materiału lub auta. □

PROFESJONALNY DRUK PROFESJONALNY PAPIER

PROFESJONALNE DODATKI

PROFESJONALNE WYKOŃCZENIE



PACK ART SP. Z O. O.
PROFESJONALNE TORBY PAPIEROWE

WWW.PACK-ART.COM.PL



DRUK ODPOWIEDZIALNY ŚRODOWISKOWO

FIRMY W RAMACH PROGRAMÓW ODPOWIEDZIALNOŚCI SPOŁECZNEJ CORAZ WIĘCEJ UWAGI POŚWIĘCAJĄ PROBLEMOM EKOLOGICZNYM. WŁĄCZAJĄ SIĘ WE WSPÓLNE SADZENIE DRZEW, OSZCZĘDZANIE ENERGII CZY WODY. CORAZ WIĘCEJ KLIENTÓW KOŃCOWYCH ZWRACA TAKŻE UWAGĘ NA TECHNOLOGIE DRUKU, KTÓRE W ZNACZY SPOŚÓB WPŁYWAJĄ NA KONDYCJĘ ŚRODOWISKA.

Łatwość drukowania prowadzi do tego, że drukujemy coraz więcej i więcej. Wygoda często sprawia, że zapominamy o tym, jaki wpływ na środowisko może mieć nasze jedno kliknięcie myszką. Stosy makulatury, wydrukowanej tradycyjną metodą rosną. A czasami tak niewiele potrzeba, wystarczy zadać sobie pytanie – czy naprawdę potrzebuję tego dokumentu? Urządzenia wielofunkcyjne posiadają w standardowym wyposażeniu skanery, dzięki którym można szybko zamienić dokument papierowy na elektroniczny. Nowoczesne rozwiązania zainstalowane w urządzeniach wielofunkcyjnych pozwalają na znaczne obniżenie kosztów druku i szybkie usprawnienie zarządzania obiegiem dokumentów.

Robi się zielono

Klienci końcowi ze względów wizerunkowych często szukają dostawców druku, którzy są w stanie zrealizować ekologiczne materiały reklamowe.

Do naszego kraju te trendy dopiero wkraczają, ale należy się spodziewać, że będą zdobywać coraz większe grono zwolenników. - W miarę jak duże, międzynarodowe firmy lokowały w Polsce część swojej produkcji a nie tylko dywersyfikowały kanały dystrybucji ta „świadomość ekologiczna” stawała się coraz większa, coraz częściej przy wyborze oferty dostawców usług druku padały konkretne pytania o ekologię produkcji – mówi Paweł Zbierski z firmy KP Media. Chcąc realizować takie wymagania dostawcy muszą zmienić nastawienie i poświęcić czas na wkroczenie na drogę produkcji ekologicznej. - Z całą pewnością można stwierdzić, że zainteresowanie drukiem ekologicznym w Polsce powoli rośnie – mówi Maciej Kraśniewski z drukarni DARKIT - Jest to dość powolny proces jednak tendencja jest wyraźnie wzrostowa. Zmienia się świadomość społeczeństwa i klienci coraz częściej zaczynają zwracać uwagę nie tylko na lepszą jakość druku lecz również na jego bezpieczeństwo dla zdrowia czy brak nieprzyjemnego zapachu - w szczególności kiedy w grę

wchodzą wydruki mające znajdować się wewnątrz pomieszczeń jak np. fototapety, obrazy, plakaty czy drukowane okleiny na meble - zauważa Kraśniewski. Eksperti z branży drukarskiej potwierdzają, że klienci często nie wiedzą czym jest druk ekologiczny, jakie są możliwości drukowania ekologicznymi metodami i czym się różni od tradycyjnych technologii (druk solwentowy).

Eko, czyli jak?

Druk ekologiczny możemy określić jako całość procedur zastosowanych w przedsiębiorstwie od samych podstaw produkcyjnych, czyli: dobór technologii druku, dobór materiałów, sposób wykonania, certyfikacja zgodna z normami UE. – Sprawdzają się to do wprowadzania w system zarządzania przedsiębiorstwem odpowiednich procedur doboru i kwalifikacji dostawców, gospodarki materiałowej, certyfikowania wewnętrznego każdego etapu

produkcji tak, aby finalnemu odbiorcy można oddawać produkty, których sposób wykonania ma wymierny, pozytywny wpływ na zachowanie jak najmniejszego wpływu na środowisko naturalne – tłumaczy Paweł Zbierski - Producent ekologiczny nie tylko może, ale musi precyzyjnie odpowiedzieć na pytania o źródło pochodzenia materiałów, podłoży drukarskich, zastosowanych procedur, musi też być otwarty na audyty – dodaje Paweł Zbierski. W przypadku druku pod hasłem „ekologia” kryje się przede wszystkim troska o zdrowie użytkowników wydruków, ale również dbanie o środowisko naturalne. - Stosowana np. przez nas technologia druku lateksowego, bazująca na tuszach opartych na wodzie jest całkowicie bezpieczna dla naszych klientów, co ma kluczowe znaczenie w przypadku aplikacji wewnętrznych – mówi Bartosz Bukowski z drukarni DARKIT – Certyfikowany przez Nordic Ecolabel (Nordic Swan) ekologiczny druk lateksowy jest przede wszystkim bezwonny i nieparujący

samym stopniu. Istotne znaczenie w określeniu skali szkodliwości atramentu oraz tym samym różnic pomiędzy tuszami, ma zawartość rozpuszczalnika cyklohexanolu. Jeśli jest mniejsza niż 5% mówimy o atramentach mild-eco-solwentowych. Najbardziej ekologiczny na dzień dzisiejszy jest druk technologią latexową. Technologia tuszu lateksowego oparta jest o najczystszy nośnik pigmentu – wodę, co sprawia, że nie jest ona obciążona toksycznością oraz nie wymaga dodatkowego suszenia po nałożeniu na nośnik.

Ekologiczny wydruk determinowany jest także wyborem mediów. Tomasz Miękus, Product Manager firmy Igepa, wymienia trzy czynniki, które kwalifikują dane podłoże, jako ekologiczne. Jest to technologia produkcji, biodegradalność oraz możliwość dalszego przetworzenia i wykorzystania. Co się kryje pod kryptonimem wspomnianych norm? Jak objaśnia Tomasz Miękus produkcja takich materiałów odbywa się w technice bezchlorkowej,

Odpowiedzialne środowiskowo korporacje coraz częściej wybierają dostawców druku, którzy są w stanie zrealizować kampanie reklamową na ekologicznym papierze i bezpieczną metodą produkcji, wymagając przy tym stosownych certyfikatów. Jest to tendencja popularna już w Europie i powoli wkraczająca na polski rynek.

dzięki czemu jego „użytkowanie” jest szczególnie przyjazne i głównie tym sposobem przewyższa inne metody druku – dodaje Bukowski. Mówiąc natomiast o ekologicznych materiałach do druku mamy głównie na myśli ekologiczne media i które nadają się do recyklingu. - Łącząc te materiały z drukiem lateksowym otrzymujemy produkt w pełni ekologiczny – tłumaczy Bartosz Bukowski - Mamy więc wybór: niska cena albo wyższa jakość plus ekologiczne wydruki – podkreśla Bukowski.

Druk wielkoformatowy tradycyjnie bazował na rozpuszczalnikach organicznych, co (poza dobrą przyczepnością do podłoża) skutkowało emisją uciążliwego zapachu, koniecznością wdrażania systemów wentylacji, zabezpieczania pracowników przed oparami i ograniczonymi możliwościami wykorzystania wydruków w pomieszczeniach zamkniętych. Z czasem pojawiły się tusze mild- i ekosolwentowe oparte na łagodniejszych rozpuszczalnikach i stwarzające mniej problemów w druku. Mild i eco-solvent są tuszami mniej agresywnymi od farb twardosolwentowych. Mildsolwent, inaczej zwany miękim solwentem, zawiera mniej rozpuszczalników toksycznych, natomiast ekosolwent do transportu barwników używa m. in. kwasu mlekowego. Atramenty solwentowe są tuszami agresywnymi, ale nie wszystkie w takim

wykorzystane substancje chemiczne spełniają najbardziej restrykcyjne kryteria środowiskowe. Dodatkowo istotne jest, aby dostawcy wypełniali międzynarodowe normy dotyczące promocji zrównoważonego zarządzania zasobami leśnymi. - Z drugiej strony promujemy papiery na bazie surowców wtórnych, czyli papiery recyklingowe (makulaturowe), które zostały już przetworzone z wcześniej wykorzystanych papierów – mówi Tomasz Miękus.

Eko-drogo?

Ceny ekologicznego druku kształtuje się różnie w zależności od wybranej technologii. Najbardziej ekologiczna w dzisiejszych czasach jest technologia lateksowa, a ta jednak ciągle pozostaje drogą metodą. Koszt druku ekologicznego (lateksowego) w tej chwili jest kilkukrotnie wyższy w stosunku do druku solwentowego, przez co końcowy produkt ma zdecydowanie wyższą cenę. Wiąże się to także z tym, że jest to stosunkowo nowa technologia, a konkurencja wśród producentów maszyn i tuszy dopiero się zaczyna. - Pomijając aspekt wprowadzania na rynki nowych, zaawansowanych technologii należy zwrócić uwagę na to, że ekologia często wiąże się z przeróżnymi certyfikatami po-

twierdzającymi zgodność z wieloma wymaganiami dotyczącymi ochrony środowiska lub bezpieczeństwa dla zdrowia – mówi Bartosz Bukowski - Dzisiaj w dobie wyrobów produkowanych jak najniższym kosztem, droższe wyroby ekologiczne wymagające innych nakładów materiałowych są prawie synonimem luksusu. Ekologiczny druk można więc porównać do ekologicznej żywności – zdrowszej, lepszej i co za tym idzie również droższej – przyznaje Bukowski.

Ekologiczne trendy widać na płaszczyźnie wprowadzania programów CSR w wielkich korporacjach, które kładą nacisk na odpowiedzialną politykę środowiskową. Do konkretnych potrzeb klientów końcowych i agencji reklamowych na pewno dopasują się drukarnie, ale na to trzeba jeszcze trochę poczekać. Dużo w tej kwestii zależy od regulacji prawnych. Już w bliskiej przyszłości instytucje wymuszają na producentach reklam stosowanie nieszkodliwych tuszy i nośników. Niektóre rządy koncentrują się na wybranych obszarach ochrony środowiska, czyniąc jednocześnie pewne procedury bardziej kosztownymi. Na przykład w Wielkiej Brytanii rośnie wysokość opodatkowania składowania odpadów, w celu zwracania uwagi wielkim korporacjom na kwestie związane z polityką środowiskową. Prowadzi to do tego, że firmy oczekują, żeby dostawcy dostarczali im produkty, które mogą być poddawane recyklingowi. Coraz więcej właścicieli międzynarodowych marek wymusza na dostawcach zrównoważone metody produkcji. Korporacje sprawdzają, czy dostawcy usług druku dzielą ich zainteresowanie ochroną środowiska i spełniają kryteria zrównoważonego rozwoju. - W USA pewna dobrze znana marka odzieży sportowej wymagała od firmy drukującej materiały wykorzystywane w miejscu sprzedaży, specjalnego certyfikatu – mówi Stephenam Goddard, Environmental Leadership Program Managerem HP's Graphic Solutions Business - To jest jeden z przykładów, kiedy główni klienci egzekwują potrzebę certyfikacji zrównoważonego rozwoju i stawiają to jako warunek swoim dostawcom – dodaje. Kampanie ekologiczne ciągle są nieco droższe od tych realizowanych za pomocą tradycyjnej technologii, ale w tym przypadku cena nie powinna odgrywać głównej roli. Ekologiczne metody produkcji reklam i podłoża, które mogą być poddane recyklingowi, mają ogromny wpływ nie tylko na środowisko, ale także na zdrowie pracowników drukarni. Odpowiedzialne środowiskowo korporacje coraz częściej wybierają dostawców druku, którzy są w stanie zrealizować kampanie reklamową na ekologicznym papierze i bezpieczną metodą produkcji, wymagając przy tym stosownych certyfikatów. Jest to tendencja popularna już w Europie i powoli wkraczająca na polski rynek.

Marketing spersonalizowany

Personalizacja to bardzo efektywny i nowatorski sposób na przyciągnięcie uwagi potencjalnego odbiorcy. Wielokrotnie wykazano, iż z natłoku informacji, którymi jesteśmy atakowani, najpierw 'wyłapujemy' swoje własne imię i nazwisko. Idea personalizacji w sensie psychologicznym odnosi się więc po trosze do zwykłej ludzkiej megalomanii, która w sposób zupełnie naturalny drzemie w każdym.

Personalizacja w druku wywodzi się z nurtu psychologicznego w marketingu. Nawiązuje do naszej naturalnej potrzeby bycia indywidualnym, jednostkowym, wyjątkowym. Psycholodzy wprowadzili pojęcie „cocktail party phenomenon”. W skrócie jest to zjawisko, które polega na tym, że z miliona komunikatów błyskawicznie wyłapujemy własne imię i nazwisko. Część informacji, którymi jesteśmy atakowani nam umyka, ale te opatrzone personalizacjami są wprowadzane do świadomości i na długo w niej pozostają. Na tym właśnie polega idea personalizacji – na wykorzystaniu informacji, jakie firma posiada na temat klienta, żeby uświadomić mu jego rangę, prestiż w łańcuchu sprzedaży i transakcji.

Motorem napędzającym marketing spersonalizowany jest sama istota naszych czasów. Konsumenci na całym świecie są wprost zalewani informacjami, komunikatami i reklamami drukowanymi na nośnikach papierowych. Można je znaleźć wszędzie, na słupach ogłoszeniowych, przystankach autobusowych i w skrzynkach pocztowych. Nic więc dziwnego, że często nieczytane szybko lądują w koszu na śmieci. Odbiorcy nauczyli się już selekcjonować informacje i wybierać te, które są dla nich istotne. Korespondencja seryjna nie gwarantuje, że odbiorca się z nią zapozna. Konsumentowi potrzebna jest oferta odpowiadająca jego konkretnym zainteresowaniom i potrzebom. Właśnie na potrzebę bycia

traktowanym indywidualnie odpowiada technologia druku zmiennych danych.

Technologia kreacji

Ukierunkowana komunikacja z wykorzystaniem materiałów drukowanych daje specjalistom od marketingu nowe możliwości budowania bezpośrednich relacji z potencjalnymi i dotychczasowymi klientami. - Personalizacja druków to narzędzie, które znajduje szerokie zastosowanie w działaniach marketingowych – mówi Anna Karczmarsz z Drukarni Wielkoformatową Citydruk Sp. z o.o. - Polega na wprowadzaniu indywidualnych, unikalnych informacji (kodów,

fol. ViperPrint Sp. z o.o.

danych osobowych itp.) na każdym egzemplarzu planowanego nakładu druku. Wykorzystywana jest zarówno przy produkcji wydawnictw okolicznościowych (zaproszenia, karty świąteczne, dyplomy czy certyfikaty), jak również materiałów firmowych (oferty, cenniki, umowy, faktury, identyfikatory pracownicze), czy druków związanych z realizacją programów lojalnościowych i wydarzeń specjalnych (kupony konkursowe, bilety, karty rabatowe) – wymienia możliwości personalizacji Anna Karczmarsz. Zastosowanie personalizacji w przypadku druku listów, zaproszeń, dyplomów itp. elementów składowych wysłanego pakietu, powoduje zaciekawienie osoby otrzymującej przesyłkę i odczucie, że jest to przekaz skierowany właśnie do niego. Firma posiadająca w bazie datę urodzin swojego klienta, może oprócz informacji, którymi jest on zainteresowany wysłać mu dodatkowo kartkę z życzeniami, czy też specjalny prezent, bon, kartę rabatową. Po narzędzia personalizacji sięgnął wydawca niemieckiego magazynu o tematyce politycznej „Cicero”. Ostatni numer pisma w 2007 roku okazał się być dla prenumeratorów wielką niespodzianką - otóż każda okładka (160 000 nakładu!) była inna. Wydawca wykorzystał do tego celu ponad 50 milionów zdjęć obrazujących wydarzenia polityczne roku, a oprócz tego wizerunki samych klientów. Dzięki temu każdy czytelnik otrzymał unikalny, jedyny w swoim rodzaju, absolutnie niepowtarzalny numer magazynu. Partnerem akcji został koncern BMW, natomiast możliwości narzędzi Adobe pozwoliły osiągnąć wytyczony cel. OOH magazine w swojej czerwcu 20120 roku postanowił pójść w ślady prekursorów personalizacji na okładkach. Stworzyliśmy unikalne wydanie opatrzone imieniem i nazwiskiem każdego z czytelników w naszej bazie wysyłkowej, połączone z motywem gwiazdy z hollywoodzkiej alei. Za personalizacją OOH magazine stoi Grupa Infrared natomiast nakład specjalnych okładek wydrukowało Wydawnictwo Koncept. I tak oto wysłaliśmy 4 000 sztuk spersonalizowanych okładek, żeby pokazać czytelnikom, że każdy z nich jest dla nas bardzo ważnym, indywidualnym, unikalnym i jedynym w swoim rodzaju odbiorcą. Cała akcja została bardzo ciepło przyjęta, dostaliśmy szereg maili z gratulacjami i podziękowaniami, więc na własnej skórze (i okładce) mogliśmy przetestować możliwości personalizacji.

Cestrian Imaging z Manchesteru również wykorzystwała druk z wykorzystaniem danych personalizowanych zrealizowany w cyfrowej maszynie :M-Press Tiger. Wprowadzona w maszynę :M-Press Tiger opcja :Apogee Vibe pozwoliła na wydrukowanie partii pudełek na czekoladki zawierających indywidualny nadruk, które zostały następnie rozproszono wśród współpracujących z drukarnią agencji reklamowych i bezpośrednich odbiorców z branży spożywczej. Po otwarciu pudełka ukazywały się czekoladki opisujące poszczególne rodzaje usług oferowanych przez firmę. Wewnątrz pudełka znajdował się też specjalnie zadrukowana tkanina (również prezentująca czekoladki i naciągająca na dedykowaną aluminiową ramę) – nowy produkt wykorzystywany przez agencje reklamowe i sieci handlowe m.in. do owijania budynków. Na zewnętrznej części pudełka znajdowała się etykieta z wydrukowanym nazwiskiem docelowego odbiorcy, zaś zdjęcia wykorzystane w środku oznaczały czy reprezentuje on agencję czy też sieć handlową. Co więcej, na tylnej części pudełka umieszczony został specjalny kod, który po zeskanowaniu przenosił odbiorcę bezpośrednio na

drukarnia
ALL-SERVICE
ul. gen. J. Dąbrowskiego 63/9
65-021 Zielona Góra

+48 68 324 10 02
www.druk.zgora.pl
info@druk.zgora.pl



Część informacji, którymi jesteśmy atakowani nam umyka, ale te opatrzone personaliami są wprowadzane do świadomości i na długo w niej pozostają. Na tym właśnie polega idea personalizacji – na wykorzystaniu informacji, jakie firma posiada na temat klienta, żeby uświadomić mu jego rangę, prestiż w łańcuchu sprzedaży i transakcji.



stronę internetową firmy. Zawierał on unikalny numer identyfikujący klienta i umożliwiający umieszczenie jego nazwiska na etykiecie przyklejanej następnie na kopertę wysyłkową. W środku pudełka znajdowało się też zaproszenie na spotkanie i zwiedzenie drukarni.

Od strony technologicznej

Technologia druku personalizowanego nieustannie się doskonali. - Dostawcy druku kuszą nieco szybszymi maszynami, coraz lepiej odwzorowującymi druk offsetowy, drukującymi na nowych, niedostępnych dotąd nośnikach – mówi Jan Biłyk, CEO firmy LAURENS COSTER - Myślę jednak, że większa rewolucja dokonuje się nie tyle w tym „jak”, ale „co” jest drukowane cyfrowo. Sam druk personalizowany nie tworzy sam z siebie przewagi konkurencyjnej, bo jest jedynie medium. Prawdziwą sztuką jest zdolność stworzenia atrakcyjnego wizualnie i naprawdę personalizowanego przekazu. Dlatego coraz więcej firm i agencji inwestuje w zaawansowane narzędzia analityczne, które w sposób zautomatyzowany pozwalają generować indywidualne komunikaty marketingowe – dodaje Jan Biłyk. Nowoczesne technologie cyfrowe pozwalają na umieszczanie zmiennych informacji na każdej z wykonywanych odbitek, przy jednoczesnym zachowaniu wysokiej estetyki i jakości druku całości nakładu oraz szybkości jego wykonania. - Proces personalizacji nie wymaga dodatkowych czynności – całość odbywa się w trakcie jednokrotnego przejścia arkusza przez urządzenie drukujące – mówi Anna Karczmarsz - Specjalne aplikacje łączą bowiem projekt graficzny ze zmieniającymi się informacjami (pochodzącymi z bazy danych w formacie xls) jeszcze przed wykonaniem druku – tłumaczy Karczmarsz. Wybór dostępnych na rynku aplikacji i maszyn drukujących w systemie personalizacji jest duży. Różnią się sposobem zarządzania treścią. Pierwszym etapem druku personalizowanego jest przygotowanie bazy danych, na podstawie której będą tworzone osobiste komunikaty. Jest to najtrudniejszy i w dużej mierze decydujący o sukcesie kampanii etapem całego procesu. Bazy danych adresowych dostarczane są najczęściej w formacie Excel. Access, lub tekstowym .txt. Druk odbywa się na maszynie cyfrowej, kompatybilnej z daną aplikacją. Drukarnia musi być wyposażona w cyfrowy sprzęt do druku, a efekty



będą lepsze, jeżeli jest to narzędzie do druku kolorowego wysokiej jakości. Ma to niebagatelny wpływ na efekt personalizacji fotografii. Personalizować można dziś dosłownie każdy materiał, na którym możliwy jest druk technologią cyfrową lub laserową. Personalizację można wykonywać obecnie na bardzo różnorodnych podłożach takich jak: papier offsetowy, kredowy, tektura, folia, plastik, drewno, skóra, metal, szkło, ceramika – najczęściej metodą laserową. Personalizację kart plastikowych wykonuje się metodą nadruku transferowego, embossingu wklęsłego lub wypukłego wybierając dowolne czcionki i kolory tekstów, natomiast kalendarze oprawione w skórę personalizuje się przez wypalanie lasrem, co daje efekt wytłoczonego napisu. Znajdują również zastosowanie w tzw. direct marketingu, czyli materiałach reklamowych adresowanych do konkretnego odbiorcy. Indywidualizowane ulotki, listy, katalogi sprawiają, że odbiorca czuje się jednostkowym podmiotem. Z dobrodziejstwa personalizacji korzysta także rynek gadżetów i artykułów promocyjnych. Nadruki na tekstyliach, opatrzone logiem upominki dla klientów, pen drive w kształcie na zamówienie – wszystko to sprawia, że przedmiot zyskuje imię i misję budowania bliskich relacji z klientem.

Znaczenie personalizacji rośnie

Dopiero od niedawna branża reklamowa dysponuje technologią, który umożliwia wykonywanie spersonalizowanych druków reklamowych na szeroką skalę. - W Polsce, w przeciwieństwie do krajów zachodniej Europy jest to stosunkowo nowy temat, którego potencjał marketingowy wciąż jest niedoceniany – mówi Piotr Charaputa z drukarni ViperPrint Sp. z o.o. - Głównym hamulcem jest tutaj brak świadomości ludzi z branży, jak ciekawe i skuteczne jest to narzędzie. Widzimy tutaj dużą niszę do zagospodarowania. Dlatego też w drukarni ViperPrint obecnie jest to jeden z głównych elementów rozwoju, na który kładziemy największy nacisk – dodaje Piotr Charaputa. W dzisiejszych czasach clutteru reklamowego, indywidualne podejście wydaje się być jedynym sposobem na dotarcie do klienta i zapamiętanie komunikatu. Nie chcemy czytać listów zatytułowanych ‘Szczanowie Państwo’ – chcemy korespondencję skierowaną tylko do nas, w której widać wyraźnie, że nasze potrzeby są znane i rozumiane.

FAKTORING SIĘ OPŁACA

Krzysztof Kuniewicz, Dyrektor Generalny Bibby Financial Services

Obroty firm faktoringowych notują od wielu lat dwucyfrowy wzrost. Od początku rynku faktoringowego w Polsce wielkość finansowanych przez faktorów należności wzrosła niemal dziesięciokrotnie, osiągając poziom 67 miliardów złotych. Przedsiębiorcy widzą, że dzięki faktoringowi mogą uzyskać stabilne a zarazem elastyczne źródło finansowania bieżącej działalności. Dzięki temu nie muszą się martwić o to, jak terminowo spłacać bieżące zobowiązania firmy czekając jednocześnie na płatności od klientów.

Faktoring to w istocie bardzo prosty mechanizm finansowania, którego zalety sprawdzają się zarówno w czasach trudnych dla przedsiębiorców jak i wtedy, gdy koniunktura gospodarcza im sprzyja. Faktoring to jednak nie tylko samo finansowanie. Warto przeszedźć pełną listę korzyści, jakie daje ta usługa.

FAKTORING DAJE CENNY CZAS I POMAGA BUDOWAĆ WIZERUNEK SOLIDNEJ FIRMY

Każdy, kto prowadzi biznes doskonale zna maksymę, że czas to pieniądz. Podstawową funkcją faktoringu jest błyskawiczna zamiana należności na gotówkę. W czasach gdy podstawowy termin płatności za towar czy usługę to ponad 30 dni a wielu branżach czeka się na pieniądze kilka miesięcy faktoring pozwala na płynne funkcjonowanie firm. Klient, który potrzebuje szybko pieniędzy otrzymuje je już po 24 godzinach po wystawieniu faktury. Tym samym może w terminie zapłacić swoje zobowiązania wobec pracowników, kontrahentów czy urzędów państwowych. To możliwość budowania cennej reputacji dobrego płatnika czy pracodawcy. Pozyskany czas wspiera także konkurencyjność i relacje z kontrahentami. Dysponując gotówką można udzielić odroczonego terminu płatności bez obaw o funkcjonowanie swojego biznesu a także wynegocjować lepsze ceny od poddostawców zyskując dodatkowe rabaty. Zyskują zatem obie strony.

FAKTORING DOSTĘPNY TAKŻE DLA FIRM W TRUDNEJ SYTUACJI

Nie jest przypadkiem to, że po faktoring sięga coraz więcej firm. Przedsiębiorca, który zwrócił się do banku o finansowanie bieżącej działalności za pomocą kredytu obrotowego musi być przygotowany na weryfikację przez bankowy model oceny wiarygodności klienta. Bank sprawdzając potencjalnego kredytobiorcę skupia się na jego kondycji finansowej. Z tego powodu firmy z zaległościami w urzędach, ze stratą na działalności czy też te nie dysponujące możliwością udzielenia twardych zabezpieczeń w praktyce mają znikome szanse na pozyskanie gotówki na bieżące funkcjonowanie. W tym samym czasie faktoring stosuje unikalny model oceny ryzyka gwarantujący nie tylko większą dostępność, ale i bezpieczeństwo finansowania. W przeciwieństwie do kredytodawców faktory skupiają się na ocenie struktury i jakości portfela odbiorców a także ich dyscypliny płatniczej. A zatem patrzą bardziej na potencjał i możliwości firmy a nie na jej historię. Tym samym faktoring niemal z definicji daje szansę na rozwój biznesu, bo premiuje to, co wydarzy się w przyszłości. Warto dodać, że klienci spostrzegli, że faktoring doskonale uzupełnia inne źródła finansowania takie jak leasing czy kredyt inwestycyjny. Bieżące dopływy gotówki z faktoringu gwarantuje terminowe spłaty zobowiązań ratalnych wobec banku czy leasingodawcy.

FAKTORING DAJE WIĘKSZE BEZPIECZEŃSTWO DZIAŁANIA

Atrakcyjność faktoringu dostrzegają też oczywiście instytucje finansowe. W niepewnych czasach obok zysku liczy się również bezpieczeństwo dokonywanych transakcji. W faktoringu jest ono znacznie wyższe niż w przypadku typowego kredytu obrotowego. Kredyt udzielony został na bazie oceny przeszłości, kondycji finansowej klienta na dany moment. Tymczasem zmiana otoczenia firmy czy niespodziewana strata zamówień może radykalnie pogorszyć

sytuację kredytobiorcy. Finansowanie w postaci faktoringu udzielane jest na podstawie wystawianych faktur za dokonane dostawy czy wykonane usługi dla sprawdzonych uprzednio przez faktora klientów. Zabezpieczeniem jest spłata należności, która wpłynie na podstawie zaakceptowanej faktury i innych dokumentów potwierdzających przyjęcie wykonanego świadczenia. A zatem klient faktora jak i sam faktor mogą być spokojni, że pieniądze wpłyną na konto.

FAKTORING POMOŻE ZWIĘKSZYĆ SPRZEDAŻ

Faktoring to usługa bardzo elastyczna. Gdy klient faktora zwiększa sprzedaż istnieje możliwość niemal automatycznego zwiększenia finansowania właśnie w faktoringu. Przydaje się to gdy trzeba kupić więcej materiałów czy wynająć dodatkowych podwykonawców. Pieniądze od nowego klienta wpłyną dopiero za jakiś czas a od faktora są od razu. Często o nowym kontrakcie mogą zdecydować także konkurencyjne warunki płatności. W takich sytuacjach również sprawdza się faktoring. Faktor może szybko zweryfikować kontrahenta i tym samym podwyższyć limit finansowania o środki potrzebne do zrealizowania nowej transakcji. Podwyższenie limitu kredytowego w banku trwa na ogół dłużej i najczęściej wymagane są dodatkowe zabezpieczenia. Według danych Polskiego Związku Faktorów w roku 2011 z faktoringu skorzystało 4106 klientów, czyli ponad 30% więcej niż przed rokiem. Badania sektora MSP „Bibby MSP Index” wskazują, że obecnie jedynie 10% małych i średnich firm korzysta z faktoringu. Wiemy, że potencjalnych klientów faktorów jest w Polsce blisko 200 000 tysięcy. Potencjał do wzrostu rynku faktoringowego jest zatem bardzo duży. Oferta faktorów na rynku jest tak szeroka, że niemal każda firma spełniająca podstawowe kryteria (powtarzalna sprzedaż z odroczonym terminem płatności, do rozproszonej grupy klientów, towar o małej liczbie zwrotów i reklamacji) znajdzie produkt na miarę swoich potrzeb.



CO OZNACZA JAKOŚĆ?

Pojęcie jakości druku w praktyce sprowadza się do stopnia prezentacji materiału i jego „treści” po zadrukowaniu. Najprościej i najkrócej mówiąc. - Oczywiście najlepiej, gdy drukarnie sięgają najwyższego pułapu swoich możliwości i wówczas możemy mówić o perfekcyjnie wydrukowanej grafice – mówi Natalia Szyndrowska, Kierownik ds. Kluczowych Klientów drukarni WIELKAreklama.eu - Jakość wydruków, które spotykamy na ulicach i w ogóle w przestrzeni publicznej nie zależy jednak wyłącznie od drukarni. Niekiedy zdarza się, że klient sam decyduje się na niższą jakość, by tylko obniżyć cenę – tłumaczy Natalia Szyndrowska. Pracownicy drukarni nie raz słyszą - A nie da się taniej? Jeżeli nawet da się taniej, to zawsze kosztem jakości, a tym samym wizerunku firmy, która wykonuje usługi druku. W takiej sytuacji to od drukarni zależy czy będzie walczyć o długo wypracowywaną renomę, czy może da się skusić na obniżenie owego „pułapu”. - Poza klientem i jego sugestiami na jakość druku może mieć wpływ wiele czynników, począwszy od materiału, który jest bazą produkcyjną, przez kalibrację maszyny drukującej, aż po standard atramentów – tłumaczy Natalia Szyndrowska - Umiejętności i doświadczenie zespołu odpowiedzialnego za proces produkcyjny też nie pozostają bez wpływu na produkt

końcowy – dodaje. Trzeba pamiętać, że jakość w druku to nie tylko DPI. - Fizyczne właściwości urządzenia są tylko niezbędnym wstępem do uzyskania dobrej jakości, ale same w sobie nie wystarczają – tłumaczy Łukasz Mielcarek, współwłaściciel drukarni Masterprint XL - Aby uzyskać dobry produkt końcowy trzeba połączyć kilka czynników: wiedzę o kolorze, czyli praktyczne stosowanie color managementu, wykorzystanie dobrej jakości materiałów, doświadczenie operatorów maszyn oraz oczywiście wysokiej klasy sprzęt, który daje takie możliwości – mówi Łukasz Mielcarek. Co za tym idzie dobrej jakości druk powinien charakteryzować się przede wszystkim wiernym odwzorowaniem konturów i kolorów, prawidłowym nasyceniem barw, a także odpornością na warunki zewnętrzne, zmywanie czy zarysowania. - Nie bez znaczenia są też czynniki takie jak wysoka rozdzielczość druku, odpowiednie krycie materiału, płynne przejścia tonalne w cieniowanych obszarach oraz ostre linie detali – mówi Natalia Szyndrowska.

DRUKARNIA DRUKARNI NIE RÓWNA

Szukając wykonawcy druku klient powinien zwracać uwagę na jego doświadczenie, szeroki wachlarz oferowanych usług,

bogaty park maszynowy. Liczą się również krótkie terminy realizacji zleceń. - Dzięki technologii cyfrowej czas od złożenia do realizacji zamówienia znacznie uległ skróceniu – mówi Łukasz Mielcarek - Stąd elastyczność tego typu drukarni i ich zdolność do przyjmowania zleceń z krótkimi terminami realizacji lub zleceniami na żądanie jest znacznie wyższa niż drukarni offsetowych. Możliwość drukowania indywidualnych, niestandardowych prac jest kolejnym czynnikiem, na który zwróci uwagę każdy wymagający klient. Bez usług dodatkowych takich jak oczkowanie, naciąganie, mocowanie, frezowanie, wyklejanie wielkoformatowych reklam zewnętrznych sam wydruk nie stanowiłby pełnej wartości – dodaje Mielcarek.

CENA A JAKOŚĆ

Klienci z roku na rok są coraz bardziej wymagający. Zwracają uwagę na jakość produktu, jego żywotność i prezentację, ale przeciąganie liny w sprawach ceny usług jest nagminne. – Klienci oczekują przyzwoitej jakości za rozsądną cenę – mówi Natalia Szyndrowska - Sądzę, że produkty polskich drukarni z roku na rok są coraz lepsze jakościowo i dorównują standardom europejskim, co ma przełożenie na coraz większe ich sukcesy na zagranicznych rynkach. Sprzedaż wydruków wielkoformatowych do Francji czy gadżetów reklamowych do Szwecji nikogo już nie dziwi, a jedynie potwierdza tezę, iż szeroki zakres usług o konkurencyjnych cenach może spotykać się z dużym zainteresowaniem nie tylko rodzimych klientów – potwierdza Szyndrowska.

Mimo wielu dobrych praktyk, jest także gro klientów, którzy chcą przede wszystkim tanio i całe mnóstwo drukarni, które chętnie zaspokajają potrzebę „bylejakości”. - Żyjemy w czasach, w których “szybko i tanio” bardzo często oznacza “źle wydrukowane” - mówi Piotr Charaputa z drukarni ViperPrint Sp. z o.o. - Zalew firm, które oferują “prawie druk” świadczy o tym, że jest zapotrzebowanie na “bylejakość”. Wielu potentatów polskiego rynku niestety skłęca w tym kierunku obniżając jakość oferowanych produktów i próbując tym samym nadrobić finansowe dziury powstałe w wyniku działań taniej konkurencji. Trudno jednak budować kapitał i mocną markę na tych podwalinach – mówi Charaputa.

W ostatnich latach ceny w branży dochodziły do ekstremów, stąd zatarła się uniwersalna granica pomiędzy tym, co obiektywnie tanie, a tym co drogie. - Sytuacja rynkowa wymusiła na drukarniach wypracowanie pewnego rodzaju „złotego środka”, który charakteryzuje się kompromisową ceną (akceptowalną dla klienta, a jednocześnie pozwalającą drukarni na dalsze funkcjonowanie i rozwój) oraz dobrą jakością – mówi Natalia Szyndrowska - Z naszej perspektywy „dobry tani druk” to nie oksymoron, a zadanie możliwe do wykonania, jednak to my, biorąc pod uwagę wszelkie uwarunkowania decydujemy, jak daleko możemy przesunąć tę granicę – podsumowuje Szyndrowska.

Klienci końcowi wybierając dostawcę usług druku muszą kierować się innymi czynnikami niż tylko ceną. Z reguły w przetargu powinny być odrzucane nie tylko te najwyższe, ale przede wszystkim najniższe kalkulacje wykonania usługi. Tani, zły jakości, wyblakły, nijaki wydruk to synonim „bylejakości”, z którą potem dana firma jest utożsamiana.



DRUKARNIA ELLERT
DRUKARNIA NIECODZIENNYCH ROZWIĄZAŃ

www.ellert.pl
marketing@ellert.pl

MOŻLIWOŚCI DRUKU



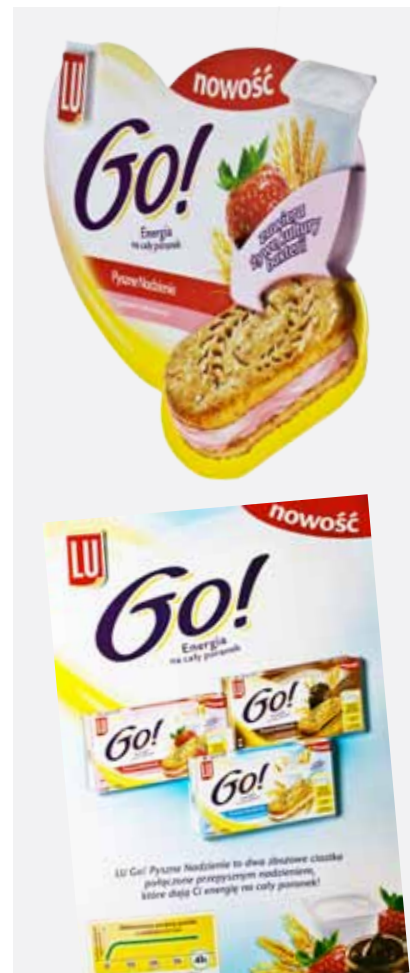
Charakterystyka realizacji: album pamiątkowy Prezydencji UE, wyprodukowany dla Ministerstwa Rozwoju Regionalnego.

Zastosowanie: album był wręczany przez Panią Minister na uroczystej gali współpracownikom i pracownikom Ministerstwa Rozwoju Regionalnego.

Materiał: do produkcji została wykorzystana kreda 150g gloss. Okładka wykonana została z twardej tektury dodatkowo oklejonej białym papierem gloss.

Druk: technologia cyfrowa na maszynie Xerox DC252. Na okładce zostało wytłoczone zdjęcie Ministerstwa, dodatkowo laminowane wybiórczo, oraz zostało wytłoczone technologią Hot-Stampingu logo Ministerstwa Rozwoju Regionalnego.

Wykonawca: PRINT POINT DRUK CYFROWY Wilanów (IS RELIEF 3D)



Charakterystyka realizacji: trójwymiarowe materiały POS promujące nowe smaki marki LU GO.

Zastosowanie: ogólnopolska promocja skorzystała z trójwymiarowych plakatów w formacie A3 i A2 oraz wobblera 3D mocowanego do półek sklepowych.

Materiał: specjalny kompozyt, składający się na część unikalnej technologii IS RELIEF 3D, który razem ze specjalnymi barwnikami i lakierami zapewnia wysokiej jakości i trwałe materiały POS 3D.

Wykonawca: PRINT POINT DRUK CYFROWY Wilanów (IS RELIEF 3D)



Charakterystyka realizacji: przy okazji wprowadzenia nowego produktu SUNBITES, na półkach sklepowych pojawiły się trójwymiarowe listy, w innowacyjny sposób wyróżniające nowe listki wielozbożowe. Listwy zostały wyposażone w cenówki, które mogą być modyfikowane markerem.

Druk: trójwymiarowe materiały POS wykonane zostały w technologii IS RELIEF 3D, zawierającej własne rozwiązanie materiałowe, jakim jest specjalny kompozyt na bazie winylu oraz barwniki i lakiery rozszerzające technologię offsetową.

Wykonawca: PRINT POINT DRUK CYFROWY Wilanów (IS RELIEF 3D)



Charakterystyka realizacji: Realizacja cyklu wystaw dla Europejskiego Centrum Solidarności (ECS) w Gdańsku.

Zastosowanie: Kilkadziesiąt wielkoformatowych płyt utworzyło dwie wystawy - „10 lat” i „Zmiana toru”, które ECS organizowało w różnych miastach Europy. Wydruki firmy Wielka Reklama zawiązały więc m.in. do Helsinek, Luksemburga, na paryską Sorbonę oraz na festiwal Woodstock na Kostrzyn nad Odrą.

Materiał: Płyta PCV 8mm, folia polimeryczna z laminatem 100mic.

Druk: Druk solwentowy, Mimaki.

Realizacja: Wielka Reklama



Charakterystyka realizacji: Realizacja wystawy dla Muzeum Jana Pawła II w Stalowej Woli.

Zastosowanie: Firma Wielka Reklama zajęła się kompleksowym wyposażeniem wystawy poświęconej pamięci papieża Jana Pawła II, którą otwarto w Stalowej Woli 16 października 2010 roku, w 32 rocznicę jego pontyfikatu.

Materiał: Różne materiały dla różnych zastosowań, m.in. płyta PCV 10mm, płyta Kapa 5mm, baner 510g/m², folia monomeryczna z laminatem 100mic, folia „mrożona”, folia baktlit, folie ploterowe (złota, srebrna) itp.

Druk: Druk solwentowy, Mimaki.

Realizacja: Wielka Reklama



Charakterystyka realizacji: Produkcja wielkoformatowych siatek dla Opery Wrocławskiej, Teatru Powszechnego w Radomiu, Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach.

Zastosowanie: Wielka Reklama od ponad dwóch lat zajmuje się produkcją wielkoformatowych wydruków dla Opery Wrocławskiej. Jedną z prac była produkcja siatek promujących niecodzienne wydarzenie – Operę Turandot na Stadionie Olimpijskim. Wieluńskie przedsiębiorstwo jest też producentem reklam dla Teatru Powszechnego w Radomiu czy UJK w Kielcach.

Materiał: Siatka Mesh 370 z podkładem.

Druk: Druk solwentowy, Mimaki.

Realizacja: Wielka Reklama



Charakterystyka realizacji: fototapeta w kręgielni w ośrodku sportowo-rekreacyjnym Solpark w Kleszczowie. W ramach aranżacji wnętrza na ścianach położona została fototapeta o wymiarach 45x3m.

Materiał: ekologiczne podłoże HP PVC-Free Wallpaper z klejem aktywowanym wodą (struktura gładka, gramatura 175g).

Druk: Druk na maszynie HP L25500 ekologicznym tuszem lateksowym. Druk wodoodporny, bezwonny i nieparujący. Fototapeta w tym przypadku dodatkowo została pomalowana farbami świecącymi w świetle UV.

Wykonawca: Magic Art Dariusz Rybiński



Charakterystyka realizacji: siatka wielkoformatowa na elewację Pałacu Kultury i Nauki. Z uwagi na bardzo wymagające kryteria dotyczące nieinwazyjnego mocowania (PKiN jest wpisany do rejestru zabytków), siatka nie posiada tradycyjnej ramy po obrysie. Stabilność konstrukcji zapewniają pasy przeplatane przez szerokość i wysokość całej powierzchni. Łączna długość wykorzystanych pasów to prawie 1,5 km. Dostarczenie siatki na balkon na 31 piętrze nawet z wykorzystaniem wind towarowych to nie lada wyczyn. Zwinięta i uzbrojona siatka tworzy „węża” o długości 35m i wadze ponad 400 kg. Zespół osób zaangażowanych do mocowania liczy ponad 10 osób i z trudem jest w stanie umieścić siatkę w windzie.

Zastosowanie: siatka jest umieszczona pomiędzy 4 a 19 piętrem PKiN, przymocowana kotwami do elewacji od strony u. Marszałkowskiej.

Materiał: certyfikowana siatka Heyninkel.

Druk: na maszynach UV, HP.

Wykonawca: House Of Print



Charakterystyka realizacji: Świąteczna kampania promocyjna pralin dla Ferrero Polska.

Zastosowanie: Ekspozycja produktów przy użyciu standów, która obejmowała dużą część krajów Europy środkowej i wschodniej.

Materiał: Zadruck podłoży newsiakiowych, jakimi są folie metalizowane. Całość konstrukcji to połączenie folii metalizowanej z kartonem GC2 i teksturą falistą.

Druk: Druk konwencjonalnymi farbami offsetowymi na maszynach KBA RAPIDA. Dzięki srebrnej folii i farbom Pantone, które zostały użyte do tej produkcji, kolor srebrny przeplatał się z kolorem złotym i brązowym co dało niepowtarzalny efekt.

Wykonawca: Drukarnia Ellert



WYŚCIG SZCZURÓW

Walka o klienta przypomina wyścig szczurów. Drukarnie i agencje zabijają się o każde zlecenie. Najważniejsze kryterium – cena powoduje, że doświadczenie, jakość i bezpieczeństwo idą na drugi plan. W sumie czy ktoś jeszcze o nich pamięta? Polska mentalność nakręca wyścig szczurów. Pytanie czy branża reklamowa zawsze będzie w nim uczestniczyć?

Klienci finalni pokochali promocje. Zachowują się co raz częściej jak fanatyczni grupperzy czekający na nienormalne i niemoralne promocje. Drukarnie i agencje mają co raz większy problem z negocjacjami cenowymi. Nawet nie starają się przekonać, że praca na minimalnej marży może być zagrożeniem realizacji zlecenia. Ostatnia wycena z jaką miałam do czynienia pokazała rozbieżność w marży od 2 do 45%. Znam jednak i takie w których cena sprzedaży jest mniejsza niż cena sprzedaży u dystrybutorów. Jak to możliwe? Czy rzeczywiście należy pozyskiwać klienta z myślą, że zarobi się na kolejnym zleceniu? Pytanie tylko czy takowe będzie? Oczywiście nie wymagam wiele od graczy na rynku produkcji reklamowej. Przecież w naszym kraju nawet autostrady buduje się w oparciu o najniższą ofertę. Efekty znamy. Ilość przypadków porażek przetargów w których czynnikiem wyboru jest cena można mnożyć. Dotyczy to całej polskiej gospodarki. W zagranicznych przetargach – czytaj cywilizowanych, odrzuca się w dalszym postępowaniu skrajne oferty. Przegrywają najbardziej zachłanni i ci oderwani od rzeczywistości. W Polsce wygrywa najtańsza oferta. Kuriozalny był przetarg na zaprojektowanie znaczka pocztowego. Nie liczył się projekt graficzny, wizja artystyczna – tylko cena (sic!). Rozumiem, że każda agencja ma inne koszty. Do walki o zlecenie staje jednoosobowa działalność typu „Cinquecento” z minimalnymi wydatkami i agencja zatrudniająca kilku pracowników, reklamująca się z uznaną marką na rynku. Nikomu nie zabraniam działalności ale debiut w oparciu o dumpingową politykę cenową jest niedopuszczalny! Dwa lata temu jeden z potencjalnych

reklamodawców naszych katalogów, poinformował w mailu, że nie może pozwolić sobie na reklamę pracując – UWAGA – na kilku groszowej marży! Ja się pytam: po co? Nie ma on zapewnionego żadnego bezpieczeństwa w przypadku sytuacji awaryjnej. Efekty znamy. Brak zysku lub debet. Pogarszając się płynność i zaległości. W tym wszystkim najgorsze jest to, że nie widać światełka w tunelu.

W całej branży produkcji reklamowej: gadżetach, bannerach, druku offsetowym polskie firmy walczą ceną. Przy corocznym powstawaniu ponad 100 nowych podmiotów wydaje się, że to równia pochyła. Drugie tyle bankrutuje nie mając możliwości spłaty swoich zobowiązań, de facto „przejadając” swoje przychody. Dużo należy zmienić w mentalności zamawiających. Przecież wszystkie ceny rosną. Papieru, atramentów, banerów podobnie jak cukry, kawy i ubrań. Racjonalne podejście do otaczającego świata powinno się przełożyć na sens zamówień.

Przyznam szczerze, że nie znam złotego środka. Wielu z czytających mój felieton powie, że się wymądrzam. Piśmę o tym co wszyscy wiedzą. Może jednak zainicjuję dyskusję, której efektem będzie podjęcie próby znormalizowania naszego rynku. Wiem, że czasochłonne i długotrwałe ale nie jestem przekonana czy to syzyfowa praca.

Gosia Rocks

PS. Żeby nie było – niniejszy materiał nie odnosi się do wszystkich podmiotów na rynku. Na szczęście znam wiele takich których rozsądek nie pozwala na sprzedawanie (produktów, siebie, usług * niepotrzebne skreślić) poniżej kosztów.

DRUK CYFROWY
printpoint 24H
WILANÓW

W ramach sklepu internetowego www.print-point24h.pl oferujemy wszelkie usługi poligraficzne wyceniane i realizowane 24H/7dni w tygodniu.



- Ponad 100 różnych produktów i usług poligraficznych
- Szybkie wyceny i realizacje
- Pomoc poligraficzna także w święta i dni wolne od pracy
- Gotowe prace dowozimy do klienta
- Własne studio graficzne
- Doradztwo i wybór technologii wykonania

Oferujemy usługi poligraficzne w następujących segmentach:

- druk cyfrowy i wielkoformatowy wysokiej jakości
- materiały POS 3D – kompozyt, plexi, tworzywo, tektura
- kompleksowa obsługa firm szkoleniowych
- kompleksowa obsługa agencji reklamowych
- kompleksowa obsługa biur architektonicznych
- wysokonakładowy druk personalizowany
- wycinanie, plotowanie, bigowanie, oprawa
- druk personalizowany, druk specjalny UV, fluorescencyjny, fosforyzujący
- druk offsetowy, sitodruk, druk UV, druk holograficzny, hot-stamping



USŁUGI POLIGRAFICZNE 24H

www.print-point24h.pl

Drukarnia ALL-SERVICE

ul. gen. J. Dąbrowskiego 63/9, 65-021 Zielona Góra
tel. 513 101 043
www.druk.zgora.pl

DRUK WIELKOFORMATOWY: bannery, billboardy, siatki, tapety, canvasy, roll up'y, oklejanie samochodów, folie

DRUK OFFSETOWY: etykiety, kalendarze, kartki świąteczne, katalogi, koperty, książki, naklejki, notesy, papiery firmowe, plakaty, teczki, torby, ulotki, usługi introligatorskie, wizytówki, zaproszenia

DRUK CYFROWY: etykiety, kalendarze, kartki świąteczne, katalogi, książki, naklejki, notesy, papiery firmowe, plakaty, ulotki, usługi introligatorskie, wizytówki, zaproszenia

GRUPY PRODUKTÓW:

materiały szkoleniowe i konferencyjne, handbooki, wizytówki, ulotki, plakaty, foldery, broszury, naklejki, oprawa prac, pieczętki, banery, billboardy, tablice reklamowe, folie, roll-up'y

Zaspokajamy poligraficzny głód naszych klientów od ponad 8 lat stale podnosząc jakość świadczonych usług. Rozbudowując park maszynowy wdrażamy nowe technologie druku, stale poszerzając zakres świadczonych usług.

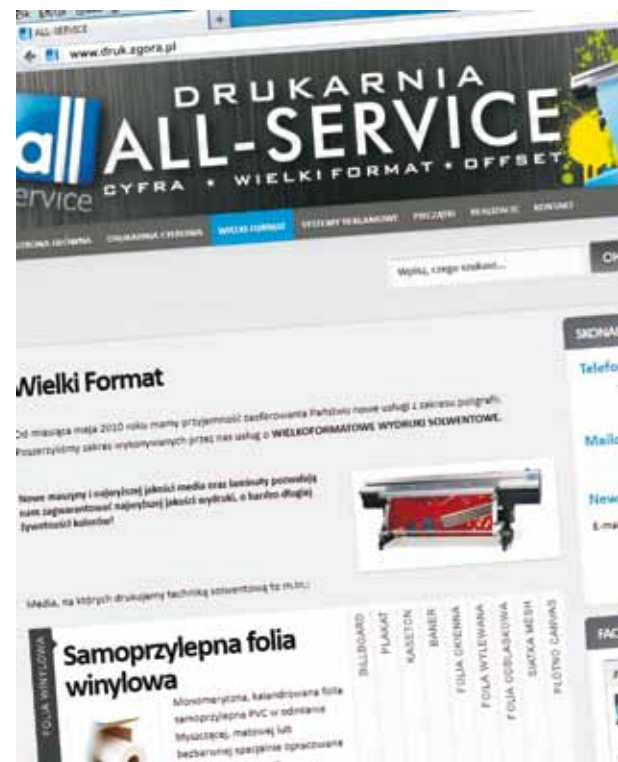
Drukujemy na produkcyjnych maszynach renomowanych firm, tj. Konica Minolta, HP, Roland.

Posiadamy maszyny do obróbki introligatorskiej wydruków cyfrowych oraz wielkoformatowych (gilotyny, trymery, składarki, laminatory mechaniczne stałe i płynne).

Specjalizujemy się w kompleksowym podwykonawstwie zleceń dla agencji reklamowych.

Od projektu, poprzez wydruk aż po montaż.

Zapraszamy do współpracy!



Studio Rekalmy AVATAR

ul. Olszowa 2A, 05-090 Rybie
tel. 22 720 35 08, 604 77 20 78
avatar@avatar.pl
www.avatar.pl

DRUK WIELKOFORMATOWY: bannery, płyty PCV, tapety, canvasy, roll up'y, oklejanie samochodów, folie

Istniejemy na rynku od 1999 roku, i działamy na szeroką skalę w branży reklamy wizualnej. Ze swoim wieloletnim doświadczeniem zapewniamy kompleksową obsługę w dziedzinie druku wielkoformatowego, dostosowaną indywidualnie do potrzeb każdego klienta.

Dysponujemy ploterami solwentowymi o szerokości druku do 220 cm, drukującymi w rozdzielczości do 1440dpi. Pozwalają one na szybkie wykonanie większości zleceń. W 2009 roku otrzymaliśmy dotację z europejskiego funduszu na rozwój innowacyjnych technologii, które staramy się intensywnie wprowadzać.

Naszym największym atutem jest szybkość działania i bogaty park maszynowy.

Do produkcji używamy dobrych, sprawdzonych materiałów, spełniających odpowiednie kryteria i posiadających atesty.

Większość naszych wydruków dodatkowo laminujemy, co znacznie zwiększa ich trwałość.

Studio Rekalmy AVATAR to prężnie działająca firma. Przyjmujemy zarówno standardowe zlecenia drukarskie jak również prace nietypowe. Każdego klienta traktujemy indywidualnie i dostosowujemy się do jego wymagań.



AWIH Producent Toreb Reklamowych

ul. Łopuszańska 53, 02-232 Warszawa
dział handlowy: tel. 22 500 18 58/59/98
sprzedaż eksportowa: tel. 22 500 18 57
biuro@awih.com.pl
www.awih.com.pl

DRUK OFFSETOWY: opakowania, teczki, torby, usługi introligatorskie

AWIH jest czołowym polskim producentem toreb reklamowych.

Firma nieustannie poszerza gamę produktów (ostatnio o torby z papieru transparentnego i wstążki z nadrukiem), stawia na innowacyjność (pierwsi w Polsce wprowadziliśmy do masowej produkcji estetyczne końcówki do sznurków), dostosowujemy organizację firmy do wymogów agencji reklamowej (badania COBRPP).

Firma dysponuje własnym parkiem maszynowym. Ciągłe inwestycje w sprzęt pozwalają produkować coraz lepiej, szybciej i taniej. Dzięki temu to AWIH wybierany jest przez agencję reklamową na stałego dostawcę toreb.

Oferowane produkty:

- torby papierowe
- torby foliowe
- torby bawełniane
- opakowania ozdobne



BIG DRUK

ul. Łukasiewicza 2c, 05-200 Wołomin
tel. 22 776 06 90
www.bigdruk.pl

DRUK WIELKOFORMATOWY: bannery, billboardy, siatki, materiały POS, płyty PCV, tapety, canvasy, roll up'y, oklejanie samochodów, folie

DRUK CYFROWY: naklejki, plakaty

Do Państwa dyspozycji mamy:

Virtu RS 25 – druk UV z dodatkowym kolorem białym na dowolnym podłożu do szerokości 2,5 m i grubości 95 mm, Roland SolJet pro III XJ-740 – druk solwentowy do szerokości 1,86 m, Kongsberg i-XL 400 – ploter tnąco-frezujący w formacie 2,21 x 3,05 m.

Drukujemy wielkoformatowo na wszelkich dostępnych typowych i nietypowych podłożach w technologiach uv lub solwentowej, zapewniających wysoką jakość oraz trwałość w zastosowaniach wewnętrznych i zewnętrznych. Farby UV umożliwiają bezpośredni, trwały nadruk na materiałach twardych takich jak: SZKŁO, KAMIEŃ, STAL, ALUMINIUM, POLIWĘGLAN, PP, PCV, DREWNO, TEKSTURA.

Plotter Kongsberg i-XL 400 dedykowany jest do obróbki materiałów wykorzystywanych w produkcji opakowań, jak również do produkcji i wykańczania materiałów reklamowych, na różnorodnych podłożach, takich jak: karton, tektura falista SBS, folie, PCV.



dotMedia Tomasz Czelej Sp.j.

ul. Przemysłowa 21, 23-200 Kraśnik
tel. 81 825 10 20
biuro@dotmedia.pl
www.dotmedia.pl

DRUK WIELKOFORMATOWY: bannery, billboardy, siatki, materiały POS, płyty PCV, tapety, canvasy, balony reklamowe, roll up'y, oklejanie samochodów, flagi, folie
DRUK OFFSETOWY: etykiety, naklejki, papiery firmowe, plakaty, teczki, ulotki, wizytówki
DRUK CYFROWY: etykiety, kartki świąteczne, katalogi, koperty, książki, naklejki, notesy, papiery firmowe, plakaty, teczki, ulotki, wizytówki, zaproszenia

dotMedia to innowacyjna firma, która w trosce o zapewnienie kompleksowej obsługi Klienta jest zarówno agencją reklamową, drukarnią wielkoformatową, jak również producentem gotowych materiałów POS. Nasz park maszynowy składa się z ploterów marki Roland oraz z najlepszego w swojej klasie plotera UV marki Gandinnovations, zapewniającego wysoki poziom produkcji materiałów przeznaczonych dla outdooru. Dodatkowo posiadamy szereg urządzeń do obróbki drukowanych materiałów, tj. laminatory, trymery, plotery tnące, itp. Najwyższą jakość naszych produktów i usług potwierdza Certyfikat Zarządzenia Jakością zgodny z Normą ISO 9001.

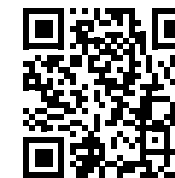
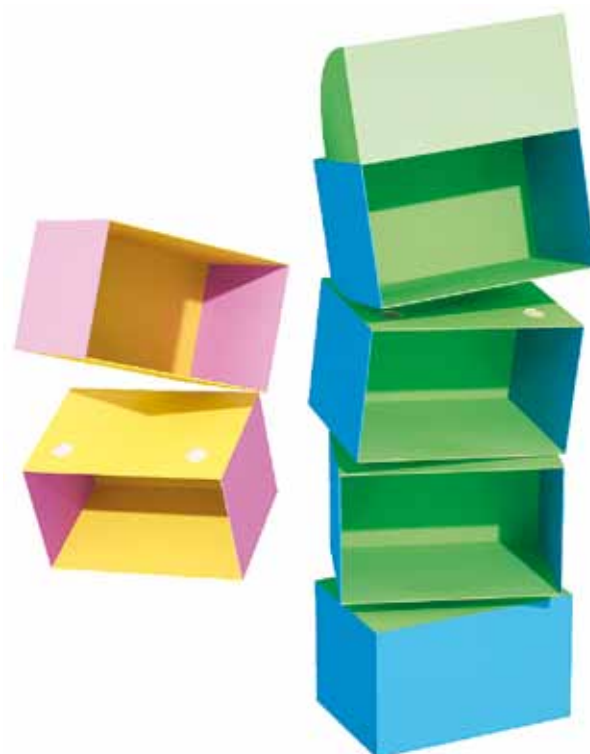


Drukarnia Ellert Sp. z o.o.

ul. Nadrzeczna 17, 05-462 Wiązowna
tel. 22 780 40 66
marketing@ellert.pl
www.ellert.pl

DRUK WIELKOFORMATOWY: materiały POS, canvasy
DRUK OFFSETOWY: opakowania, plakaty, teczki, ulotki, usługi intrologatorskie

OD 30 LAT NA RYNKU
CZOŁOWY PRODUCENT OPAKOWAŃ I MATERIAŁÓW POS
KARTONOWE KONSTRUKCJE OPATRZONE PATENTEM
DRUK OFFSETOWY DO FORMATU 1200x1620 mm
FOLIOWANIE DO FORMATU 1200x1620 mm
SITODRUK DO FORMATU 1420x1820 mm
INTROLIGATORNIA RĘCZNA



fulloutdoorprintservice

Al. Piastowska 4, 43-400 Cieszyn
tel. 33 488 68 88
zapytanie@fops.pl
www.fops.pl

DRUK WIELKOFORMATOWY: bannery, billboardy, siatki, materiały POS, płyty PCV, tapety, canvasy, roll up'y, oklejanie samochodów, flagi, folie
DRUK OFFSETOWY: etykiety, katalogi, książki, naklejki, notesy, plakaty, teczki, torby, ulotki
DRUK CYFROWY: etykiety, naklejki, plakaty

Założona w 1995 roku firma fulloutdoorprintservice specjalizuje się w obsłudze sieciowych klientów biznesowych w zakresie produkcji, dostawy i montażu materiałów POS i OUT-OF-HOME. Dodatkową działalnością jest, skierowana zarówno do klientów biznesowych jak i indywidualnych, produkcja spersonalizowanych elementów wystroju wnętrz: fototapet i szklanych paneli dekoracyjnych. Produkcja odbywa się w oparciu o szeroki zakres najnowocześniejszych technologii druku wielkoformatowego wsparty kompletnym parkiem maszyn postpresowych oraz własnym studium DTP.

Firma dysponuje także szerokim wachlarzem usług dodatkowych z zakresu koordynacji i obsługi kampanii reklamowych na terenie całego kraju oraz brandowania flot samochodów firmowych.

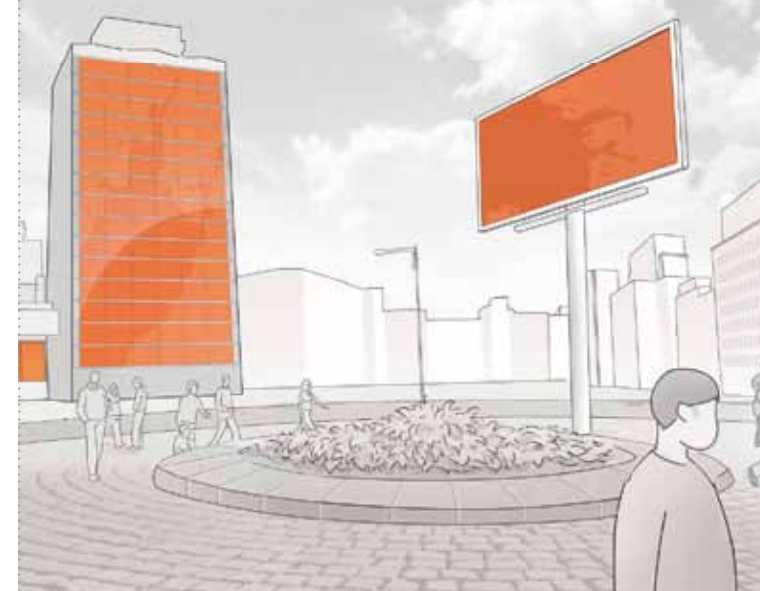
Wieloletnia obecność na rynku oraz współpraca z największymi firmami w połączeniu z najnowszymi technologiami i doświadczonym zespołem ludzi jest gwarancją profesjonalnej i szybkiej obsługi na najwyższym poziomie.



reklama wielkiego formatu

**drukarnia wielkoformatowa
agencja reklamowa**

- planowanie i obsługa kampanii ogólnopolskich
- druk solwentowy i UV
- produkcja materiałów POS
- systemy wystawiennicze
- działania z zakresu outdoor i indoor
- kreacja koncepcji reklamowych
- realizacja projektów niestandardowych
- montaż wysokościowe i instalacje reklam



reklama wielkiego formatu

**drukarnia wielkoformatowa
agencja reklamowa**



FORTIS M. Borowy Sp. j.

ul. Jana z Kolna 16, 65-014 Zielona Góra
tel. 68 477 21 35, kom. 502 067 288
marcin.d@fortis.net.pl
www.fortis.net.pl

DRUK OFFSETOWY: etykiety, kalendarze, kartki świąteczne, katalogi, książki, naklejki, notesy, opakowania, papiery firmowe, plakaty, teczki, torby, ulotki, usługi introligatorskie, wizytówki, zaproszenia, materiały POS, płyty PCV
DRUK SOCZEWKOWY: kalendarze, kartki świąteczne, naklejki, plakaty, ulotki, listwy napółkowe, wizytówki, zaproszenia, magnesy na lodówkę, kubki 3D, podkładki pod mysz

Firma Fortis działa na rynku poligraficznym od 2000 roku. Specjalizujemy się w druku offsetowym tradycyjnym oraz farbami UV na podłożach syntetycznych. Jako pierwsi w Polsce wdrożyliśmy nowoczesną technologię druku soczewkowego, a tym samym utworzyliśmy na rynku nową jakość komunikacji reklamowej. Jest to metoda dzięki której można uzyskać w pełni trójwymiarowe, wielofazowe czy animowane obrazy na płaskiej powierzchni. Projekt w ten sposób „uszlachetnione” są niezwykłym narzędziem w rękach Klienta. Zamierzony efekt graficzny jest wzmocniony i staje się bardziej skuteczną formą reklamy.

Naszą uwagę szczególnie koncentrujemy na tworzeniu i produkcji niestandardowych opakowań z tworzyw sztucznych PCV, PET, PP i kartonów metalizowanych.

Dzięki fachowej wiedzy i doświadczeniu zdobytemu w dziedzinie druku UV na tworzywach newsiakiowych jesteśmy w stanie sprostać indywidualnym wymaganiom naszych Klientów. Oferujemy kompleksowe usługi branży poligraficznej począwszy od opracowania projektu aż po druk i dostarczenie gotowego produktu do Klienta.

Serdecznie zapraszamy do współpracy!



Centrala firmy GLOBARTprint SP. j.

ul. Ciołkowskiego 88F, Białystok
tel. 85 65 30 700
biuro@globartprint.pl
www.globartprint.pl

DRUK WIELKOFORMATOWY: bannery, siatki, billboardy, szyldy, tapety, canvasy, roll up'y, oklejanie samochodów, flagi, folie

NIEOGRANICZONY WYMIAR DRUKOWANIA

- Pierwszy w Polsce EFI Vutek GS 5000 – druk UV, szerokość zadruku 5 m, szybkość do 300 m²/h
- Wydruki w/g normy ISO 9001:2008
- Kompleksowe rozwiązania druku – doradztwo, projekt, wydruk, dostawa
- 3 zmianowy tryb pracy zapewniający krótkie terminy realizacji
- Biura Handlowe: Białystok, Warszawa, Gdańsk, Koszalin
- Przedstawicielstwa: Wrocław, Radom, Łomża

Oddział Gdańsk, ul. Grunwaldzka 82, Gdańsk, C.H. Manhattan III p., pok. 306
tel. 58 712 85 71, 3miasto@globartprint.pl

Oddział Warszawa, ul. Mickiewicza 63 Budynek B lok. 30, Warszawa
tel. 604 288 656, warszawa@globartprint.pl

Oddział Koszalin, ul. Morska 51, III piętro, 75-215 Koszalin, tel. 604 782 858



GRAPHIC S.A.

ul. Węglowa 7, 40-105 Katowice
tel./fax (+48 32) 254 97 73, 250 17 73
graphic@graphic.pl
www.graphic.pl

DRUK WIELKOFORMATOWY: bannery, billboardy, siatki, płyty PCV, tapety, canvasy, roll up'y, oklejanie samochodów, flagi, folie
DRUK OFFSETOWY: etykiety, kalendarze, katalogi, koperty, naklejki, papiery firmowe, plakaty, teczki, ulotki, wizytówki, zaproszenia
DRUK CYFROWY: etykiety, kalendarze, kartki świąteczne, naklejki, papiery firmowe, plakaty, ulotki, wizytówki, zaproszenia

Firma Graphic S.A. powstała w 1990 roku. Od początku nasza działalność skupia się na zwiększaniu wyników ekonomicznych naszych klientów. Dążymy do tego tworząc i realizując nowoczesne projekty reklamowe. Mamy świadomość, że podstawą każdego sukcesu jest praktyka i doświadczenie. Dlatego staramy się wciąż udoskonalać nasze środki realizacji reklamy. Zawsze świeża i nowoczesna linia projektowania w połączeniu z dużym doświadczeniem, nowoczesnym sprzętem i szerokim rozeznanieniem w branży reklamowej czyni nas profesjonalnego partnera. Projektujemy i przygotowujemy wszelkiego rodzaju materiały reklamowe z przeznaczeniem do druku, poczynając od papeterii firmowej (wizytówki, papiery firmowe, teczki ofertowe), poprzez broszury, katalogi, ulotki i plakaty, a kończąc na standach, displayach, reklamach prasowych, kasetonach, szyldach i oznakowaniu samochodów.

- druk wielkoformatowy
- oklejanie pojazdów
- reklama wizualna
- projektowanie graficzne
- systemy wystawiennicze
- druk laserowy
- wycinanie z folii

www.graphic.pl



Potrzebujesz dużej reklamy?

www.graphic.pl



KMB press

ul. Jagiellońska 13, 40-032 Katowice
tel. 32 257 07 88
kmb@kmb.com.pl
www.kmb.com.pl

DRUK WIELKOFORMATOWY: bannery, materiały POS, płyty PCV, tapety, canvasy, roll up'y, folie
DRUK CYFROWY: etykiety, kalendarze, kartki świąteczne, katalogi, koperty, książki, naklejki, notesy, opakowania, papiery firmowe, plakaty, teczki, torby, ulotki, usługi intrologatorskie, wizytówki, zaproszenia

DRUK WIELKOFORMATOWY UV na materiałach sztywnych na ploterze UV Océ Arizona 250GT, drukujemy na: PVC, plexi, płyty piankowe, tektura, drewno, metal, szkło, folie magnetyczne, fronty meblowe, drzwi, CD-romy. Zastosowanie: tablice reklamowe, tablice informacyjne, szyldy, plansze, prezentacje na sztywnych materiałach, nadruk na płaskich elementach mebli, witraże, plakaty, naklejki itp. Nadruk na płytach CD. Druk UV idealnie nadaje się do materiałów transparentnych do podświetleń. Maksymalna grubość materiału to 48 mm. Najwyższa jakość wśród ploterów UV.

Oferujemy również druk wielkoformatowy na materiałach z roli: folia, papier, płótno. Pracujemy całodobowo od poniedziałku do piątku, w soboty do 14. Używamy maszyn Océ i Roland.

DRUK CYFROWY:

- * Wizytówki - realizacja 1 dzień;
- * Akcydensy reklamowe: ulotki, foldery, plakaty, zaproszenia, kalendarze;
- * Materiały biurowe: sprawozdania, statuty, regulaminy, prezentacje, listy personalizowane;
- * Druk książek; materiały konferencyjne;
- * Instrukcje obsługi, instrukcje do gier, okładki na CD, DVD, VHS;
- * Książki, albumy w różnorodnych oprawkach;



MASTERPRINT XL SP. Z O.O.

Jasin, ul. Poznańska 2, 62-020 Swarzędz
BOK: tel. 61 655 98 11, 10, 21
ul. Obrzeźna 5/ piętro XI, 02-691 Warszawa
biuro@masterprintxl.pl
www.masterprintxl.pl

DRUK WIELKOFORMATOWY: bannery, billboardy, siatki, materiały POS, płyty PCV, tapety, roll up'y, oklejanie samochodów, folie

Masterprint XL Sp. z o. o. od 1999 r. zdobywa doświadczenie w zakresie druku cyfrowego. Jako pierwsza firma w Polsce wprowadziła na rynek wielkoformatowy druk cyfrowy o szerokości 3,2 m. Obecnie dysponujemy 9 drukarkami, które dają możliwość druku do maksymalnej szerokości 5 m. To oznacza duże możliwości produkcyjne i krótkie terminy realizacji zleceń. Zajmujemy się kompleksową obsługą firm w zakresie doradztwa w kwestiach technicznych, druku oraz prac wykończeniowych i montażowych. Realizujemy zlecenia niestandardowe. Nasz park maszynowy umożliwia wykonywanie druku różnorodną techniką i na różnych podłożach. Naszą siłą stanowi dział innowacji i rozwoju. To tu powstają prototypy nowych wyrobów na życzenie Klienta oraz kreowane są innowacyjne rozwiązania. Pracujemy według wymagań zintegrowanego systemu zarządzania zgodnego z międzynarodowymi normami ISO 9001:2000, ISO 14001 oraz PN 18001. Zapraszamy do współpracy.



Drukarnia Wielkoformatowa Neo-Net

ul. Romanowicza 4, 30-702 Kraków
tel. 12 411 07 88, 12 413 66 22
biuro@neo-net.com.pl
www.neo-net.com.pl

DRUK WIELKOFORMATOWY: bannery, siatki, folie, tapety, billboardy, roll up'y, canvasy, płyty PCV, materiały POS, flagi, oklejanie samochodów

Drukarnia Wielkoformatowa Neo-Net to przede wszystkim zespół młodych, ambitnych ludzi, którzy lubią wyzwania. Doradztwo produktowe na najwyższym poziomie, personalny doradca przypisany do każdego klienta oraz autorski system online umożliwiający wykonywanie skomplikowanych kalkulacji i w pełni zautomatyzowane zamawianie, to definitywnie wyróżnia drukarnię Neo-Net.

Produkcja oparta jest przede wszystkim na ploterach solwentowych. Do najważniejszych materiałów, oprócz wysokiej jakości banerów, siatek wielkoformatowych czy folii winylowych, można dodać różne materiały nietypowe.

Folia adhezyjna „X-stick”, folia umożliwiająca klejenie od wewnętrznej strony szyby - „Gripln”, folia na chodniki i jezdnie „NeoAsfalt” oraz naklejki podłogowe o przedłużonej trwałości, to tylko część oferty na materiały niestandardowe.

Małe jest piękne, ale duży może więcej. Jeżeli też chcesz „móc więcej”, zapraszamy do skorzystania z oferty Drukarni Wielkoformatowej Neo-Net.

DRUK UV NA MATERIAŁACH SZTYWNYCH

maksymalny format
zadruku 125x250 cm

Druk bezpośrednio na:

- pcv
- płytach piankowych
- plexi
- tekturze
- drewnie
- metalu
- szkle
- foliach magnetycznych
- elementach meblowych
- drzwiach
- CD-romach
- papierze, foliach, płótnie

www.kmb.com.pl



KMB Press

40-032 Katowice ul. Jagiellońska 13
tel. 32 257 07 88
kmb@kmb.com.pl www.kmb.com.pl



Pack Art Sp. z o.o.

ul. Rynkowa 9, 62-081 Przeźmierowo
tel. 61 65 25 360
office@pack-art.com.pl
www.pack-art.com.pl

DRUK OFFSETOWY: torby, opakowania, teczki, usługi introligatorskie, katalogi

Pack Art Sp. z o.o. od 10 lat jest czołowym producentem papierowych toreb reklamowych z ofertą skierowaną do agencji reklamowych oraz klientów końcowych w segmencie premium. Najważniejszym produktem Pack Art są torby z serii Kraft Classic, dzięki którym firma jest rozpoznawalna zarówno w Polsce jak i za granicą. Obecnie ponad połowa produkcji przeznaczona jest dla odbiorców Europy Zachodniej a firma posiada stałych partnerów handlowych w Niemczech, Szwecji, Finlandii, Słowenii, Słowacji, na Litwie oraz Łotwie. Firma dysponuje własnym, nowoczesnym parkiem maszynowym co zapewnia gwarancję jakości operacji poligraficznych, krótkie terminy realizacji zamówień i szeroki wachlarz uszlachetnienia druku. Pack Art jako jedyny w Polsce produkuje torby z papieru jednostronnie kredowanego warstwowego o gramaturze 170g/m². Firma jako pierwsza w kraju rozpoczęła produkcję toreb Kraft Classic Ice z papieru transparentnego, którego faktura powoduje, że widać zawartość torby. Pack Art Sp. z o.o. dostarcza torby dla takich renomowanych europejskich marek jak: BMW, Audi, Roche, Lufthansa, Bertelsmann oraz krajowych np. Dax Cosmetics, Bizuu, Kler S.A.



Drukarnia Piksel

ul. Kosiarzy 3, 30-731 Kraków
tel. 12 412 71 99
info@piksel.com.pl
www.piksel.com.pl

DRUK OFFSETOWY: etykiety, kalendarze, kartki świąteczne, katalogi, koperty, książki, naklejki, notesy, opakowania, papiery firmowe, plakaty, teczki, torby, ulotki, usługi introligatorskie, wizytówki, zaproszenia

Istniejemy na rynku od 2000 roku, głównym przedmiotem naszej działalności są usługi druku wielkoformatowego, naświetlania CtP, druku offsetowego, foliowania, wykrawania oraz szeroko pojętych prac introligatorskich. Dzięki wieloletniemu doświadczeniu w branży świadczymy usługi wysokiej jakości zapewniając fachową i rzetelną pomoc podczas projektowania, doboru materiałów oraz uszlachetnień. Podążając za duchem czasów wprowadzamy nowe rozwiązania wykorzystujące najnowsze technologie, które w połączeniu z posiadaną wiedzą praktyczną pozwalają nam zaspokajać potrzeby naszych Klientów. Posiadamy pokaźny park maszynowy urządzeń do druku marki Epson oraz czterokolorowe maszyny offsetowe formatu B2. Usługi druku wielkoformatowego wykonujemy na ploterach poczynając od tych wykorzystywanych do cyfrowego proofing'u i wydruków o jakości fotograficznej skończywszy na Eco solvencie. Oferujemy wysokiej jakości wydruki pigmentowe do formatu 64" (Epson 4880, 9800, 7900, 11880) jak i Eco solventowe do formatu 64" (Epson GS6000). Zapraszamy do współpracy i zapewniamy iż dołożymy wszelkich starań, aby współpraca z naszym zespołem spełniła Państwa oczekiwania.



Quest Sp. z o.o.

ul. Grażyńskiego 40c, 43-300 Bielsko-Biala
tel. 33 816 81 51-3
oferty@grupaquest.pl
www.grupaquest.pl

DRUK WIELKOFORMATOWY: bannery, billboardy, siatki, materiały POS, płyty PCV, tapety, canvasy, balony reklamowe, roll up'y, oklejanie samochodów, flagi, folie
DRUK OFFSETOWY: etykiety, kalendarze, kartki świąteczne, katalogi, koperty, książki, naklejki, notesy, opakowania, papiery firmowe, plakaty, teczki, torby, ulotki, usługi introligatorskie, wizytówki, zaproszenia
DRUK CYFROWY: etykiety, kalendarze, kartki świąteczne, katalogi, koperty, książki, naklejki, notesy, opakowania, papiery firmowe, plakaty, teczki, torby, ulotki, usługi introligatorskie, wizytówki, zaproszenia

Grupa Quest to agencja reklamowa zajmująca się kompleksową obsługą firm, instytucji a także osób fizycznych. Główną osią działalności firmy jest poligrafia. Posiadamy maszyny do druku cyfrowego, offsetowego, solwentowego. Drukujemy wszystko: dodruki małych nakładów książek, co pozwala wydawnictwom uzupełniać ofertę wydawniczą, komponenty kalendarzy, dzięki czemu agencje reklamowe mogą oferować same kalendarze. A i my, szybko i skutecznie obsługujemy klienta końcowego. Przez szereg lat zaufało nam wiele firm, hoteli, restauracji, instytucji. Ponadto zajmujemy się dystrybucją gadżetów reklamowych, oraz wszelkiego rodzaju znakowaniem tekstyliów, koszulek, bluz, itp. elementów. A to wszystko uzupełnione o studio graficzne i pracownię informatyczną, które zapewniają nasze istnienie w sieci. Takie projekty jak sferadruku.eu, allewe-sele.eu zyskały już sporą liczbę fanów. Jak widać, naszą siłą jest kompleksowe podejście do reklamy. Klient wybierając naszą firmę nie musi już tracić czasu na szukanie innych rozwiązań. Wszystko znajdzie u nas. Zapraszamy do świata Grupy Quest.



Agencja Reklamowa TOP Drukarnia Cyfrowa

ul. Toruńska 148, 87-800 Włocławek
tel. 45 423 20 40
agencja.top@agencjatop.pl
www.agencjatop.pl

DRUK WIELKOFORMATOWY: bannery, billboardy, siatki, materiały POS, płyty PCV, tapety, canvasy, balony reklamowe, roll up'y, oklejanie samochodów, flagi, folie
DRUK OFFSETOWY: etykiety, kalendarze, kartki świąteczne, katalogi, koperty, książki, naklejki, notesy, opakowania, papiery firmowe, plakaty, teczki, torby, ulotki, usługi introligatorskie, wizytówki, zaproszenia
DRUK CYFROWY: etykiety, kalendarze, kartki świąteczne, katalogi, koperty, książki, naklejki, notesy, opakowania, papiery firmowe, plakaty, teczki, torby, ulotki, usługi introligatorskie, wizytówki, zaproszenia

Agencja Reklamowa TOP z Włocławka działa na rynku już 17 lat. Obecnie proponuje swoim Klientom, obok kompleksowej obsługi kreatywno-projektowej, również druk cyfrowy, offsetowy i wielkoformatowy. Poprzez inwestycje związane z zakupem nowoczesnych urządzeń poligraficznych, stała się liderem w regionie. Zadowolone zleceniodawców oraz profesjonalna odpowiedź na ich potrzeby, dały Agencji Reklamowej TOP możliwość dalszego szybkiego rozwoju i dziś, oprócz w pełni „uzbrojonej” agencji reklamowej, posiada drukarnię cyfrową i kompletnie wyposażoną introligatornię. W ostatnich latach Agencja Reklamowa TOP podjęła współpracę z liderem druku cyfrowego - firmą Konica Minolta. Dzięki temu park maszynowy stanowią urządzenia Konica Minolta: Press 8000, Pro 1600, Pro 6501 i Pro 1051. Firma specjalizuje się w druku niskonakładowym, włączając w to oprawę zeszytową oraz klejoną, zarówno miękką jak i twardą. Wysokiej klasy, kompleksowe wyposażenie drukarni, daje możliwość pozyskiwania klientów z całej Polski i Europy. Priorytetem Agencji Reklamowej TOP jest w pełni zadowolony klient. O ogromnie ważnej jest także dynamiczne działanie oraz innowacyjne rozwiązania zarówno projektowe, jak i technologiczne.





Voigt Promotion Sp. z o.o.

ul. Lubczyńska 38C, 70-896 Załom
tel. 91 469 05 28
kontakt@voigt.com.pl
www.voigt.com.pl

DRUK WIELKOFORMATOWY: bannery, siatki, płyty PCV, tapety, canvasy, balony reklamowe, roll up'y, flagi, folie, dywany, ramki aluminiowe

Voigt Promotion jest jednym z największych producentów grafik reklamowych w Europie specjalizującym się w druku na tkaninach. Firma posiada swoje oddziały w Danii, Szwecji i zatrudnia około 100 osób.

Do Państwa dyspozycji czeka nowoczesny park maszynowy oraz wykwalifikowana kadra, która oferuje usługi dla Agencji Reklamowych, Domów Mediowych, Sieci Handlowych oraz klientów indywidualnych. Nasz nowoczesny park maszynowy oparty na urządzeniach takich producentów, jak EFI VUTEK (Vutek GS 5000r 8c, Vutek 3360 8c, Vutek GS 3250 LX), HP (SCITEX XL JET 5+ 8c), ROLAND SJ 1045 6c, D-GEN, ZUND 3XL, MultiCam 3000 pozwala zaoferować odpowiedni czas realizacji i gwarantowaną najwyższą jakość. Oferujemy:

- Wysokojakościowy Druk Cyfrowy Sublimacyjny na tkaninach do szerokości 3,2 m (flagi, banery, grafiki na systemy, dywany),
- Druk Solwentowy i UV na PCV oraz innych specjalnych tkaninach do szerokości 5 m,
- Druk UV na materiałach sztywnych do szerokości 1,5 m (płyty, karton) z docięciem dowolnego kształtu!
- Sitodruk na różnych materiałach poliestrowych: tkaniny, dzianiny, włókniny itp. Realizujemy również zlecenia na materiałach powierzonych jak również kreujemy nowe produkty na potrzeby naszych klientów. Zapraszamy do współpracy!



WIELKA reklama.eu image4you.eu

ul. Warszawska 10, 98-300 Wieluń
tel. 43 843 32 90, 43 842 43 34
biuro@wielkareklama.eu
www.wielkareklama.eu, www.image4you.eu

DRUK WIELKOFORMATOWY: bannery, billboardy, siatki, materiały POS, płyty PCV, tapety, canvasy, roll up'y, oklejanie samochodów, flagi, folie
DRUK OFFSETOWY: kalendarze, kartki świąteczne, katalogi, koperty, notesy, papiery firmowe, plakaty, teczki, torby, ulotki, usługi introligatorskie, wizytówki, zaproszenia
DRUK CYFROWY: etykiety, kalendarze, kartki świąteczne, katalogi, koperty, książki, naklejki, notesy, opakowania, papiery firmowe, plakaty, teczki, torby, ulotki, usługi introligatorskie, wizytówki, zaproszenia

Jesteśmy przede wszystkim drukarnią, ale także producentem szeroko pojętej reklamy oraz architektury ze styropianu. Posiadamy bogate zaplecze techniczno-wytwórcze, a w naszym parku maszyn pracują innowacyjne urządzenia z zakresu wielkoformatowej reklamy, poligrafii, a także trójwymiarowej architektury.

Mocną stroną naszej firmy jest przede wszystkim otwartość w stosunku do Klientów, fachowa pomoc w wyborze najlepszego rozwiązania oraz stałe doradztwo oparte na wieloletnim doświadczeniu. Nasz wykwalifikowany i ciągle doskonalący swoje umiejętności zespół potrafi obserwować rynek i wyciągać trafne wnioski, stąd jego pomoc może stać się dla Państwa niezwykle użyteczna.

Nasze prace wykonywane są dla Klientów z całego kraju, a ostatnio także Europy. W połączeniu z elastycznością (nieustannie dostosowujemy się do potrzeb odbiorców i rynku) oraz profesjonalizmem (prace wykonujemy dla instytucji i indywidualnych zleceniodawców) daje nam to dużą przewagę nad konkurencją. Stawiamy na jakość, szybkość i terminowość zleceń, realizując je z najwyższą starannością i pełnym zaangażowaniem. Nasz profesjonalizm potwierdzają referencje oraz uśmiech na twarzach zadowolonych Klientów.



Indie. 1 marca. Święto holi - festiwal koloru.



FOT.: WWW.MYMODERNMET.COM



Celebруемy kolor od 8:00
Codziennie.

Wielkoformatowy druk UV • solwent • ploter tnąco-frezujący
tel. 22 776 06 90 | www.bigdruk.pl | Wołomin, ul. Łukasiewicza 2c





voigtTM

**nowy
wymiar
koloru!!**

POZNAJ POTENCJAŁ DRUKU NA TKANINACH
zaufaj najlepszej europejskiej firmie w druku sublimacyjnym
odkryj jakość nowej technologii druku w bieli LED UV