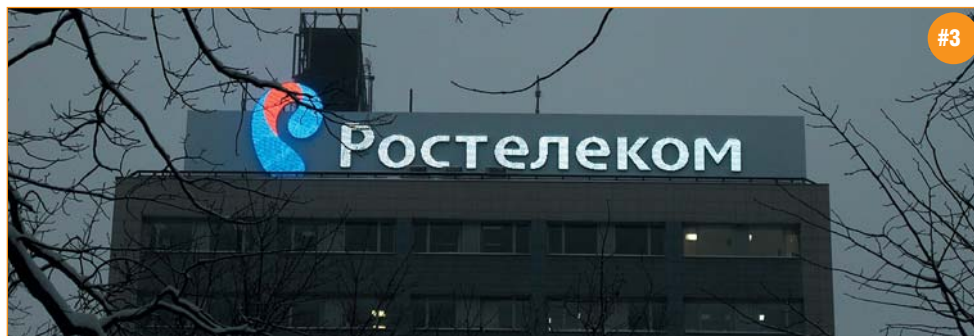
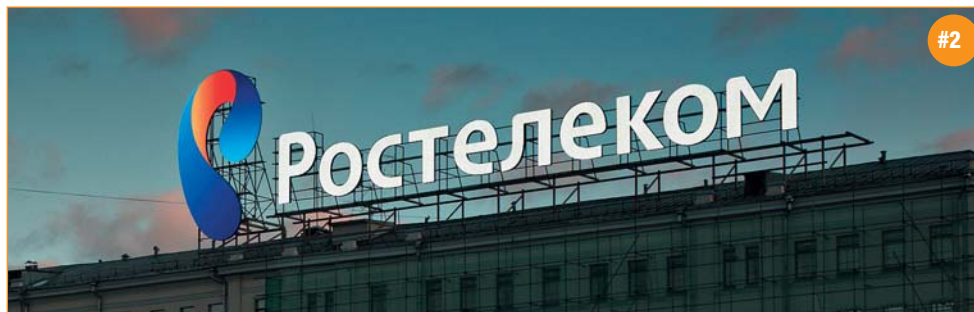


«Ростелеком» на высоких технологиях

Переломный момент в применении светодиодов

Осенью прошлого года крупнейшая российская телекоммуникационная компания ОАО «Ростелеком» провела ребрендинг. Разработку всего брендбука осуществило агентство TNC.Brands.Ads (входит в международную группу Leo Burnett). Перед рекламно-производственной фирмой «Альтима» заказчиком — рекламным агентством «МедиаДом» — была поставлена задача воспроизвести новый логотип «Ростелеком» в формате крышных установок. В процессе работы над знаком «Ростелекома», оригинальным по цветовой модели, была разработана технология, которая не только расширяет возможности по созданию новых креативных решений в наружке, но и обладает такими необходимыми качествами, как экономичность, простота и обеспечение сокращения сроков исполнения заказов.



В сентябре «Ростелеком» представил новый бренд объединенной компании, который основан на высоких технологиях, но создан для людей. В новом логотипе «Ростелекома» нашли отражение такие ценности, как человечность, качество услуг, универсальность, ответственность и стремление к инновационному развитию. Все эти ценности должны были олицетворять и элементы визуальных коммуникаций обновленного бренда, в числе которых крышные установки.

Как известно, крышные установки — сильный имиджевый инструмент, и он должен быть эффективен как в светлое, так и в темное время

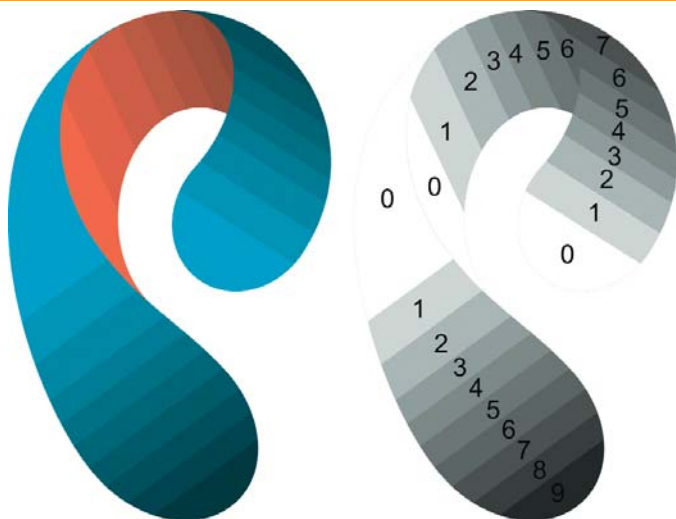
суток. Поэтому днем буквы «Ростелеком» выглядели черными в соответствии с брендбуком, а в темное время светились ярким белым цветом. Однако цветовая гамма логотипа должна быть неизменной в любое время суток и воспроизведена в соответствии с брендбуком «Ростелекома».

Осуществляла проект по замене крышных конструкций ОАО «Ростелекома» — ЗАО «МедиаДом», имеющее многолетний опыт работы на рекламном рынке. Перед компанией «Альтима» рекламное агентство «МедиаДом» поставило непростую задачу — в трехмесячный срок разработать

техническое решение для новых конструкций и осуществить работы на объектах по трем адресам в Москве. В установленный срок, к концу ноября — началу декабря прошлого года, в столице появились новые рекламные установки: самая большая — на Кадашевской набережной, 6 (2), ее длина составляет около 40 метров; 35-метровая конструкция установлена на здании «Ростелекома» по адресу: ул. Гончарная, 30 (3); еще две конструкции были установлены на крыше здания по адресу: Дубовая роща, 26 (1). Все элементы крышных конструкций изготовлены по единой инновационной технологии «открытые светодиоды».



Ростелеком



Штучный подход

Суть предложенного компанией «Альтима» решения для «Ростелекома» состояла в применении не неона, не светодиодных кластеров или каких-либо альтернативных источников света, а именно штучных светодиодов. Они устанавливались на лицевой поверхности всех элементов — буквах и логотипе «Ростелекома». Сама буква представляет собой каркасную конструкцию, обшитую композитным материалом черного цвета с боков и лицевой стороны. Под установку точечных светодиодов в композите были профрезерованы отверстия с заданным интервалом. На крупноформатных установках шаг составил 3,5 x 3,5 см, на конструкциях по адресу: Дубовая роща, 26, немногим меньше. Таким образом была обеспечена полная засветка каждого элемента, и черные буквы днем ночью светились ярко-белым цветом.

Точечные светодиоды специально разработаны и изготовлены по техническому заданию компании «Альтима» на заводе их партнеров в Китае (стоит отметить, что помимо рекламно-производственных услуг компания успешно работает и как поставщик технологических решений — материалов, светотехники и оборудования для производства рекламы). По форме они представляют собой гирлянду из отдельных

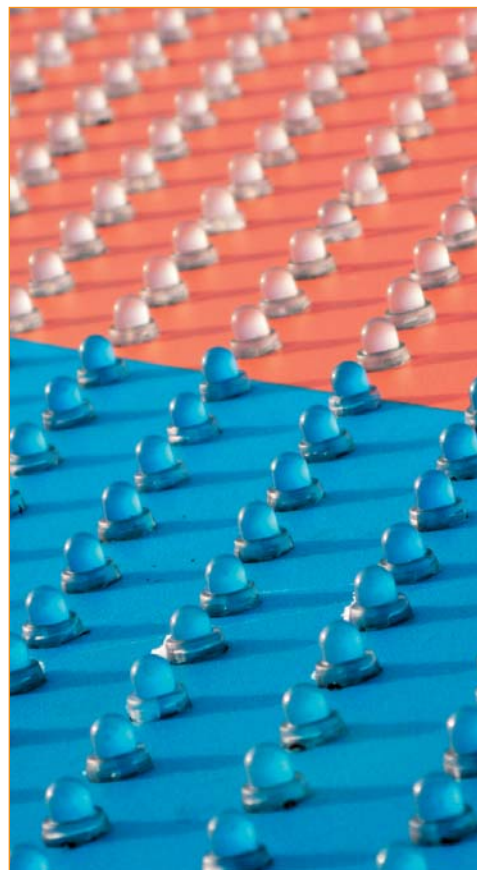
источников света, которые и вставлялись в заранее подготовленные отверстия в композите. Эти светодиоды объединены общей сетью питания, причем подключение каждого выполнено не по последовательной, а по параллельной схеме. Это обеспечивает дополнительную стабильность работе всей установки: в случае, если один элемент выходит из строя, гаснет только один светодиод, а все остальные продолжают работать в стандартном режиме. Светильники имеют степень защиты IP 65, что позволяет их использовать в наружной рекламе без дополнительной защиты, то есть, как в данном случае, в открытом виде. Угол раскрытия светового потока составляет 120 градусов — в данном случае в буквах использовалось холодное белое свечение (под заказ может быть сделано любое необходимое цветовое решение).

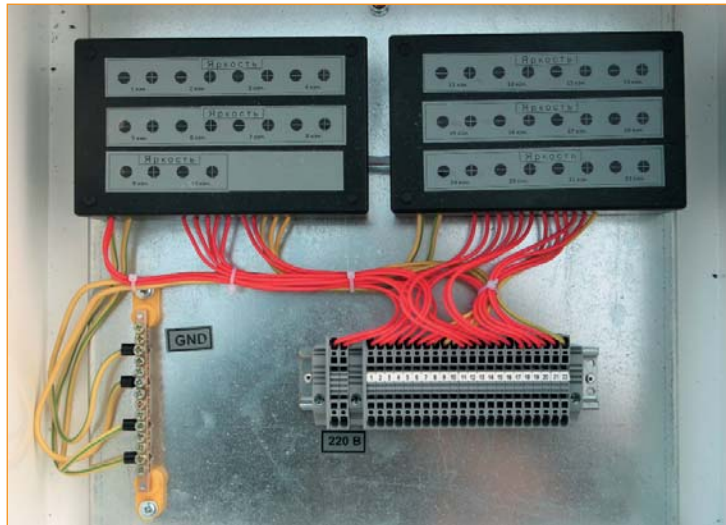
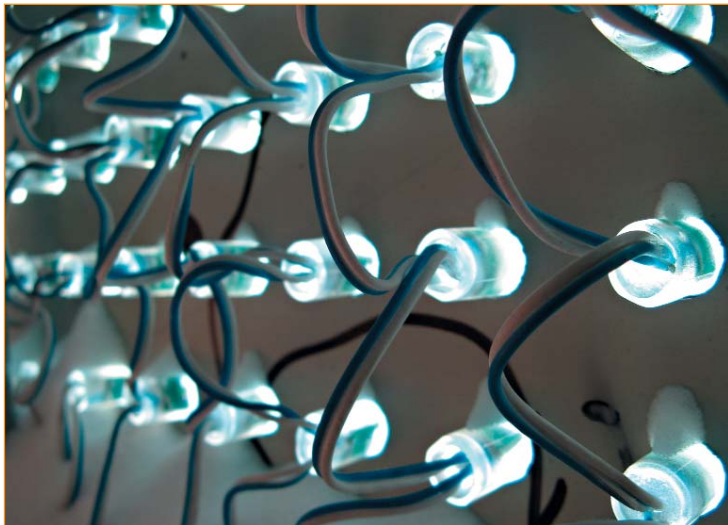
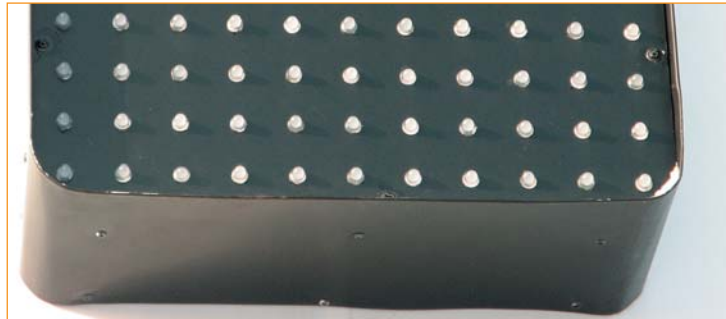
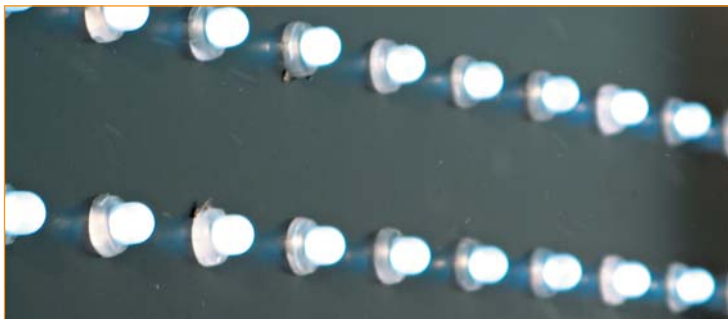
Тонкий подход

Особое впечатление на окружающих производит, безусловно, фирменный знак «Ростелекома» — воспроизведение плавного перетекания одного цвета в другой — от темно-синего к голубому в двух крайних зонах и от светло-оранжевого — к более насыщенному оттенку в середине. Сложная цветовая модель была разбита на несколько сегментов. Заказчик проекта особое внимание сконцентрировал на

том, что заданный градиент должен быть воспроизведен как в дневном варианте при несветящемся логотипе, так и в темное время суток в свечении знака.

Знак логотипа был сделан по аналогии с буквами технологии: он имеет каркасную конструкцию из стальной несущей трубы, обшитой композитным материалом. Для достижения соответствия фирменному стилю листы композита были разделены на отдельные сегменты и методом UV-печати были обеспечены градиенты заливки фона — сине-голубого и оранжевого цветов. Впоследствии для дальнейшей установки светодиодов была произведена фрезеровка отверстий с шагом 3,5 x 3,5 см. В отличие от букв, в логотипе в зависимости от зоны размещения устанавливались светодиоды голубого или оранжевого свечения. Чтобы обеспечить воспроизведение градиента в темное время суток, была осуществлена разбивка на отдельные сегменты. Группа светодиодов по каждому сегменту была объединена в свою схему свечения. Интенсивность свечения каждой области в отдельности обеспечивалась многоканальным контроллером, который так же, как и другие инновационные технологические решения, специально был разработан специалистами компании «Альтима». При этом тонкость работы данного контроллера





заключается в том, что в нем предусмотрена ручная регулировка яркости свечения каждой области, благодаря чему финальную отладку достижения необходимого эффекта можно было осуществить непосредственно на месте размещения. Такая операция позволила достичь эффектной градиентной заливки, которую в итоге и можно было наблюдать на всех четырех конструкциях «Ростелеком».

Технология настоящего

Технология, которая была впервые реализована на объекте «Ростелеком», уже доступна для широкого круга компаний. Стоит отметить, что она не только отличается высокими эстетическими возможностями, но и обладает другими немаловажными параметрами: конструкция очень проста в изготовлении и эксплуатации. Посудите сами, фрезеровка композита и установка в отверстия готовых светодиодов, для удобства монтажа заранее скомпонованных в цепочку элементов (варианты поставки по 50 или 100 штук в цепочке), не представляют собой сложности. Способ подключения светодиодов по параллельной схеме снимает риски выхода всей конструкции из строя. Замена вышедшего из строя светодиода осуществляется на месте. Среди других преимуществ — соответствие международным стан-

дартам защиты (в перечень защиты подобных установок даже не входит установка задней крышки, дополнительная герметизация задней части элементов герметиками и компаундом также не требуется) и широкая цветовая гамма. Стоит также отметить, что светодиоды могут быть не только одноцветными, но и RGB и, соответственно, управляться как кластеры видеозащиты. Таким образом могут быть реализованы любые задумки дизайнеров — на лицевой поверхности букв могут отображаться любые видеорекламы. Необходимые для этой системы управления также предлагаются компанией «Альтима». И, конечно же, важным преимуществом новой технологии является сокращение сроков производства установок. Например, производство самой масштабной установки «Ростелеком» на Кадышевской набережной (длина всей конструкции около 40 метров, высота логотипа 9,3 м, букв — около 3,7 и 2,7 м) заняло всего три недели.

Светодиоды становятся все надежнее и дешевле, в то время как электроэнергия год от года только дорожает. Очевидность существенной экономии в потребляемой электроэнергии продемонстрировал и опыт работы с объектами «Ростелеком». Для сравнения, неоновая крышная установка на Кадышевской набережной, установлен-

ная еще до ребрендинга в 2010 году компанией «Альтима», потребляла около 40 киловатт электроэнергии, а в обновленном формате со светодиодной подсветкой уровень ее потребления составляет не более 10 киловатт.

Андрей Читнев, генеральный директор РПФ «Альтима» — компании, которая имеет огромный опыт в создании масштабных рекламных конструкций по всей России, констатировал, что наступает переломный момент в применении светодиодной подсветки: «Реализация таких знаковых проектов, как «Ростелеком», говорит о полном вытеснении неоновых решений. Преимущества применения предложенной нами технологии перед неонами при создании масштабных рекламных инсталляций огромны. Это и сроки изготовления конструкций, и удобство монтажа и обслуживания, и огромный креативный потенциал новой технологии. А самое главное — уход от сложных схем питания, которые существуют в неоновых проектах и требуют особого подхода к проведению электромонтажных работ. Стоит отметить, что инновация уже прошла свои первые испытания российской зимой и доказала свою надежность в использовании в суровых климатических условиях. И теперь может быть использована повсеместно».

